



Interview mit Ralph Schraivogel

D

Interview mit Ralph Schraivogel
Patrizia Crivelli, Designförderung, Bundesamt für Kultur BAK,
und Vera Sacchetti, Designkritikerin
Zürich, 18. Januar 2016

VS

Sie studierten in Zürich Grafikdesign. Wie hat Sie Ihre Ausbildung geprägt und wie kamen Sie zum Plakatdesign?

RS

Ich studierte Grafikdesign nicht, um es zu meinem Beruf zu machen, sondern weil ich schon im Kindergarten ständig malte und zeichnete und in der Schule überhaupt nicht glücklich war. Die Kunstgewerbeschule war eine Befreiung, ich fühlte mich endlich frei, wie neugeboren. Ich bin nicht unzufrieden darüber, dass es damals noch keine Kunstklasse gab, aber wenn es eine gegeben hätte, wäre ich dort gelandet. Im Nachhinein bin ich froh, dass es so gekommen ist und ich Grafikdesigner wurde. Während meinem Studium fanden in Zürich die Jugendunruhen der 1980er-Jahre statt, die Stimmung war aufgewühlt und interessant. Ich dachte mir, es würde immer wilder und diese Idee gefiel mir sehr. Die Hälfte meiner Klasse war nicht auf das Grafikdesign fixiert und wir wollten nicht werden wie unsere Dozierenden. Wir hatten also eigentlich keine grossen Pläne im Grafikdesign. Was wir in der Schule lernten, war ausserdem noch immer strengstes Schweizer Grafikdesign. Nach meinem Diplom nahm ich Aufträge als Freischaffender an und war nach einigen Jahren nicht mehr zufrieden mit meinem Beruf... Ich erinnerte mich an meine Diplomarbeit und an das, was ich vor meiner Schulzeit machte. Es fiel mir wieder ein, wie glücklich ich war, wenn ich zeichnen und Bilder schaffen konnte. Plakatdesign ist etwas sehr Ähnliches und so schien es mir, dass Plakate für mich ein geeignetes Medium darstellen könnten. Ich habe keine Ahnung wie, aber ich erhielt erste Aufträge für die Gestaltung von Plakaten.

VS

Von Anfang an war Ihr Plakatschaffen sehr experimentell.

RS

Ich entdeckte die Möglichkeiten, sah was gemacht wurde und was nicht und warum es nicht gemacht wurde. Ich war auch «gegen» Schweizer Design. Ein älterer Designer sagte mir, dass ich den Schweizer Stil zerstöre – den Rahmen sprengte – darauf war ich sehr stolz, ich war überzeugt davon, das Richtige zu tun.

VS

Ist das Plakat für Sie eine ideale Ausdrucksform des Grafikdesigns?

RS

Ja, aber es ist nur eine von vielen. Es ist das Medium, das mir im Grafikdesign am nächsten ist und mit dem ich mich am liebsten befasse. Vielleicht ist es auch völlig unwichtig, aber mir bedeutet es sehr viel.

VS

Kurz nachdem Sie mit dem Plakatdesign begonnen hatten, nahmen Sie an internationalen Veranstaltungen teil und gewannen Preise. Wie kam es dazu?

RS

Es gab damals nicht so viele Anlässe. Warschau und Brunn

waren die einzigen grossen Festivals. Den ersten wichtigen Preis erhielt ich in Warschau für das Plakat für Cinemafrika 1991. Als ich dieses Plakat machte, schien es mir, als hätte ich eine Grenze überwunden, was mir sehr gefiel. Dass ich dann den Preis erhielt, war meine Bestätigung dafür. Zwei Jahre später konnte ich erneut in Warschau vor zahlreichen internationalen Gästen ausstellen. Es war ein Symposium, wo wir alle zusammen waren, wir assen zusammen und ich verbrachte Zeit mit diesen renommierten Designerinnen und Designern – es war fantastisch. Warschau war auch wichtig für die Beziehungen zu Japan, da sehr viele japanische Designschaffende teilnahmen. Das traf sich gut, da ich mich für japanisches Design interessierte. Zwei Jahre später war ich als Mitglied der Jury dabei und traf wieder auf dieselben Leute. Ich schätzte den Austausch sehr, denn Plakate entwerfen kann eine sehr einsame Arbeit sein. Ich verbrachte Zeit mit diesen Leuten, konnte mit ihnen über Grafikdesign und anderes sprechen und erfahren, wie sie darüber dachten.

VS

Nach der Teilnahme an den Festivals wurden Sie 1995 schliesslich Mitglied der AGI. Wie hat sich das nach Warschau ergeben? Ich nehme an, es hat mit dem laufenden Austausch zu tun, den Sie erwähnten.

RS

An den Festivals traf ich viele Mitglieder der AGI und alle wussten davon. Ich dachte zuerst, es sei etwas Geheimes [lacht]. Als ich dann Mitglied wurde, fühlte ich mich sehr geehrt. Ich wusste, dass es etwas Spezielles war, aber es änderte sich nichts, da ich die meisten Mitglieder schon kannte und mit ihnen ohnehin Kontakt hatte.

PC

Konnten Sie Ihre antiinstitutionelle Haltung mit einer Mitgliedschaft in der AGI vereinbaren?

RS

Ich tat weiterhin dasselbe, ich schätzte vor allem den Austausch mit Gleichgesinnten. In der AGI geht es um internationale Vernetzung und sie ist ausserdem wichtig für die Ausbildung – ich unterrichte selbst auch – und für die Förderung junger Talente. Das ist noch immer einer der wichtigsten Gründe für das Bestehen der AGI.

VS

Seit wann interessieren Sie sich für japanisches Design? Und wie beeinflusst es Sie?

RS

Am Anfang meiner Karriere reichte es mir aus, «gegen» den Schweizer Stil zu sein. Als ich älter wurde, wollte ich nicht mehr ein ewiger Jugendlicher sein, der einfach nur gegen alles ist. Das Schweizer Design langweilte mich und ich war auf der Suche nach etwas anderem. 1986 fiel mir das damals aktuelle japanische Designjahrbuch in die Hände und ich war fasziniert: ernsthaftes, hochwertiges Design, das über-

hauptsächlich nicht aussah wie der Schweizer Stil. Eine Qualität, die sich von allem abhob, was ich bisher kannte. Das war eine sehr wichtige Erfahrung für mich. Ich wollte nicht dasselbe machen, sondern dieses, für mich, völlig neue und äusserst kreative Paralleluniversum entdecken.

VS

Sie haben sich lange gegen den Computer als Werkzeug gestäubt und benutzen ihn erst seit Anfang des Jahrtausends. Es scheint mir, dass Sie soweit innovativer sein konnten als andere, da Sie verschiedene Werkzeuge nutzten und ihr Schaffen damit stets weiterentwickelten. Sehen Sie das auch so?

RS

Ja, es war eine völlig bewusste Entscheidung, den Computer erst so spät zu nutzen. Damals sagten mir alle, ich müsse einen Computer haben. Ich glaubte ihnen nicht und war am Anfang vielleicht naiv und dachte, das sei ein Trend, der wieder vorbeigehen würde. Aber ich wollte mir auch Zeit nehmen können, um meine Bilder zu kreieren und nicht einen teuren Computer anschaffen und dadurch gezwungen werden, mehr Aufträge anzunehmen, damit sich die Investition lohnt. Im Nachhinein sehe ich das als grossen Vorteil. Ich hatte sehr viel Zeit zur Verfügung zum Arbeiten, zum Musikhören... Ich schätzte das sehr und wartete so lange, bis es nicht mehr möglich war, nicht digital zu arbeiten.

VS

Nun arbeiten Sie seit fast sechzehn Jahren mit dem Computer. Stellen Sie inzwischen Unterschiede in Ihrer Arbeitsweise fest?

RS

Als ich begann, den Computer zu nutzen, veränderte sich meine Arbeitsweise grundlegend... Es lag für mich auf der Hand, dass ich mit dem Computer konzeptueller arbeiten würde. Diese Maschine mit all ihren Werkzeugen ist ein Spielverderber. Ich brauche in meiner Arbeit Widerstände, einen gewissen Kampf, sonst macht sie mir wenig Spaß.

VS

[Der japanische Designer] Koichi Sato drückt in einem seiner Texte seine Bewunderung für Ihre vielseitigen Techniken aus – in diesem Fall im Plakat für Cinemafrica 1991. Es scheint tatsächlich dreidimensional und verleiht dem Papier eine faszinierende Tiefe.

PC

Mit diesen Plakaten haben Sie auch einen Schweizer Designpreis gewonnen.

RS

Ich hatte ja sonst nichts, was ich hätte einreichen können [lacht]. Ja, das hat mich natürlich sehr gefreut.

PC

Sie haben in Ihrer «analogen» Phase bis 2000 bereits dreimal gewonnen. Und jetzt einen Schweizer Grand Prix Design.

RS

Sie müssen einen neuen Preis erfinden [lacht]. Es war wunderbar, immer zur richtigen Zeit. Auch die finanzielle Unterstützung war hilfreich, es ist nicht immer lukrativ, kulturelle Plakate zu machen.

VS

Die optischen Effekte und die Tiefenwirkung im Plakat für Cinemafrica 1991 nahmen Sie später im Plakat für Ihre Retrospektive in Bern wieder auf. Wie ist es, für Sie selbst zu arbeiten? Können Sie freier experimentieren?

RS

Ich arbeite irgendwie immer für mich selbst. Die Technik ist einfach, in meinen Plakaten steckt oft weniger, als es scheint. Meine Arbeit ist die Reduktion, jedoch nicht als Anhänger des «Schweizer Stil» mit seinem visuellen Purismus, sondern in der Anwendung der Techniken.

VS

Die Signatur fehlt bei Ihnen nie. Erst Ihr Name und dann der Name der Druckerei.

RS

Die Druckerei – meistens Serigraphie Uldry in Bern – wird auf meinen Plakaten immer erwähnt, sie gehört für mich dazu. Wenn nicht, dann habe ich es vergessen.

VS

Damit kommen wir zu den Zusammenarbeiten, die sehr wichtig scheinen, um die bestmöglichen Ergebnisse aus Ihrer Arbeit zu gewinnen. Sie arbeiten zwar alleine, aber nicht isoliert. Es sind die Beziehungen, die Ihr Werk ausmachen.

RS

Für ein Plakat nehme ich einen langen Weg auf mich. Es ist nicht spektakulär, ich arbeite gerne lange an etwas, aber wenn ich dann nach zwei Monaten zu einer Druckerei gehe, wo es in zwei Stunden gedruckt wird und ich nicht einmal dabei sein kann, ist das sehr unangenehm... Denn die Qualität des Drucks ist dann eher zufällig. Ich arbeite viel lieber, wenn ich weiss, dass der Druck in guten Händen sein wird. Wenn ich mit Serigraphie Uldry arbeitete, war das... fantastisch, Albin Uldry war immer äusserst interessiert, das unterstützte mich in meiner Arbeit sehr. Es motivierte mich, nach Bern zu gehen und das Plakat zusammen mit Albin zu drucken. Er schenkte mir viel Zeit, stoppte die Maschinen, unterbrach andere Aufträge und widmete unserem Projekt seine ganze Aufmerksamkeit.

PC

Das ist sehr selten. In der Schweiz gab es sonst nur noch zwei Druckereien in dieser Art.

VS

Ich finde es auch interessant, dass die Zusammenarbeiten in Ihrer Karriere nicht nur im Zusammenhang mit der Fertigstellung und Produktion Ihrer Werke entstehen, sondern auch als Partnerschaften mit Ihrer Kundschaft, für die Sie manchmal über Jahre hinweg visuelle Auftritte schaffen. Das ist sehr gut für Sie, aber auch für Ihre Kundschaft...

RS

Es macht mir Spaß, für meine Kundschaft das zu tun, was ich für das Beste halte. Manchmal merke ich allerdings, dass die Kundschaft nicht dasselbe denkt oder meint, etwas anderes zu brauchen. Zusammenarbeit ist nicht immer einfach, manchmal überdauert sie Jahre, manchmal nicht. Die Zusammenarbeit mit dem Neumarkt Theater dauerte ein Jahr, mit dem Kunsthaus Zürich zwei Jahre... Eine Zusammenarbeit ist immer gegenseitig. Ich lasse mich nicht gerne herumkom-

mandieren, es geht ja auch um meinen Lebensinhalt. Mit dem Museum für Gestaltung Zürich arbeite ich schon lange zusammen. Wir haben zwar zuweilen unterschiedliche Auffassungen, aber wir verstehen uns am Schluss immer. Bei Cinemafrika vertraute man mir nach dem ersten oder zweiten Plakat und liess mich frei arbeiten. Ich will nie sagen müssen, «ich musste das tun», da ich nie wirklich muss und die Idee hasse, etwas tun «zu müssen». Es ist mir immer wichtig, die Partnerschaft zu erhalten. Das Produkt entsteht in Zusammenarbeit zwischen der Kundschaft und mir.

VS

Sie haben soeben einen Schweizer Grand Prix Design gewonnen. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

RS

Es ist natürlich eine grosse Ehre und eine Anerkennung, die ich sehr schätze. Als Designer bin ich mir nie sicher, was ich tue. Es wäre bestimmt auch langweilig, sich immer sicher zu sein, aber es ist eine gewisse Genugtuung, eine solche Anerkennung zu erhalten. Mir scheint, dass ich mit meinem Schaffen auch etwas weggebe, ein Geschenk an die Öffentlichkeit. Und wenn die Öffentlichkeit deine Geschenke nicht mag, ist das schrecklich. Grafikdesign ist einseitige Kommunikation und Rückmeldungen sind wahrscheinlich auch ein Grund dafür, dass mir der Austausch so wichtig ist. Nicht nur im Umfeld des Grafikdesigns, sondern auch in grösseren, globalen Zusammenhängen. Denn mein Schaffen als Grafikdesigner ist für mich immer sehr lokal – ich hatte grosse Schwierigkeiten mit Plakaten für Japan; anders als in meinem lokalen Zusammenhang konnte ich mir nur schwer vorstellen, wie sie aufgenommen würden. Ich merkte, dass ich bei meiner Arbeit immer an mein Publikum denke, an das ich mich mit einem bestimmten Projekt zu wenden glaube. Diese einseitige Kommunikation gibt uns in unserem Beruf immer ein Gefühl der Unsicherheit.

VS

Was möchten Sie noch erreichen?

RS

Da gibt es noch vieles. Der Preis ist auch eine Motivation für die Zukunft. Als ich begann, sagte mir ein Freund: «Du arbeitest zu lange für ein einziges Plakat», ich antwortete: «Nein, das ist eine Investition in die Zukunft, dann werden sie mich kennen und zu mir kommen, weil sie wissen, was sie von mir erwarten können»... Als es dann zum ersten Mal passierte, dachte ich: «Halt, ich will keinen Schraivogel machen!»... Ich weiss nicht, was ein Schraivogel ist!

Übersetzung: Denise Hofer, Bern