

Designline Living

Feel



Peter Saville: Visuelle Erzählungen

Autor: Katharina Horstmann

Erst Platten, dann Mode, jetzt Städte und Interiors: Seit seinen ersten Arbeiten für das Musiklabel „Factory Records“ in den späten 1970er Jahren ist Peter Saville eine Schlüsselfigur im Grafikdesign und in der Popkultur. So wie die Bands, für die er Plattencovers entwarf, ihre Gefühle und Gedanken in ihren Liedern verarbeiteten, so konzipierte er seine Bilder – für Musik und auch für Mode-, Design- und Kunstobjekte – als Form eines Selbstausesdruckes und als visuelle Erzählungen seines momentanen Lebens. Heute zieht er sich immer mehr vom Grafikdesign zurück, widmet sich eigenen Projekten und arbeitet als Berater in zwei völlig unterschiedlichen Bereichen für zwei völlig unterschiedliche Kunden – für seine alte Heimatstadt Manchester sowie den dänischen Stoffhersteller Kvadrat.

Alles begann 1978. Peter Saville hatte gerade sein Grafikdesignstudium an der Polytechnischen Universität Manchester absolviert und traf auf Tony Wilson, der ihn bat, das Auftakt-Plakat für die Clubnacht „The Factory“ zu entwerfen. Saville, ein Bewunderer des Plattencovers „Autobahn“ der Düsseldorfer Band Kraftwerk, lehnte seinen Plakatentwurf an dieses Vorbild an und nahm ein von ihm selbst gefundenes Objekt als Hintergrund: ein industrielles Warnschild, das er von einer Tür im College mitgehen ließ. Ein Jahr später gründeten Wilson und Saville das Musiklabel Factory Records, das die Musik verschiedener Bands von The Factory – unter ihnen Joy Division und ihre Nachfolgebänd New Order – produzierte. Saville wurde Art Director und hatte wie alle Gründungsmitglieder eine ungewöhnliche kreative Freiheit: Er konnte seine Arbeit als eine Form des Selbstausesdruckes nutzen.

Blue Monday

So wurde er auf dank der guten Musik mit Plattencovern bekannt, die sich nicht um Kommerz scherten, sondern lieber mit neuen Techniken aus Fotografie, Produktion und Typografie experimentierten. Gipfel der kommerziellen Verweigerung – im

grafischen wie auch musikalischen Sinne – war 1983 die Maxi-Single „Blue Monday“ von New Order. Peter Saville hatte eine Plattenhülle in Form einer ausgestanzten Papp-Floppy-Disc entworfen – als Referenz auf die Entstehung der Platte selbst. Dabei hatte er radikal auf den Bandnamen und den Albumtitel verzichtet und neben den für eine 8“-Diskette typischen ovalen Stanzungen lediglich einen Code aus farbigen Blöcken, der chiffriert „FAC 73 BLUE MONDAY AND THE BEACH NEW ORDER“ darstellt, gestaltet – was ihn in die Annalen des Verpackungsdesigns eingehen ließ.

Saville als Inspiration

Von genau diesem Konzept ließ sich nun David Adjaye inspirieren, der britische Architekt, den Peter Saville mit ins Boot holte, um einen neuen Londoner Showroom für den Stoffhersteller Kvadrat zu entwerfen. Dieser befindet sich auf zwei Etagen einer alten viktorianischen Fabrik im Osten der britischen Metropole. Das Büro liegt im Hochparterre; der Ausstellungsraum ist im Souterrain und vollkommen in gedecktem Grau gehalten; Kvadrats Stoffmuster werden in Schränken ausgestellt, die komplett in der Wand verschwinden. So bleibt im Showroom viel Platz für Kunst- und Designausstellungen als auch Filmvorführungen. Hauptmerkmal des Showrooms ist die Treppe, welche die gesamte Länge des Raumes entlang läuft. Ihre tiefen Stufen sind von Paneelen aus farbigen Glas umrandet und wirken wie eine dreidimensionale Umsetzung von Savilles Design für „Blue Monday“. Mehr als nur ein dekoratives Zitat wirkt sie einer zu industriellen Ästhetik entgegen und bricht das Licht – bei Sonnenschein – in sich ändernde Farbspritzer auf die grauen Wände und Böden.

Konvergenz-Kultur

„In dieser Idee hat David Adjaye einen gemeinsamen Nenner zwischen mir und Kvadrat gefunden. Denn mit dem Prinzip der Farbe hat er auf eine gewisse Weise Kvadrats Geist berührt und dabei eine Art Zitat von mir gemacht,“ erklärt Peter Saville, der inzwischen seit fünf Jahren für das dänische Unternehmen arbeitet. Besonders interessiert ihn die interne Kommunikation der Firma – so wie eigentlich alles in der Welt, genauer gesagt, was man in ihr verbinden und wie man sie auf diese Weise verändern kann. „Momentan spricht man dabei oft von Konvergenz-Kultur und das ist das Prinzip meiner Arbeit. Vor 30 Jahren war ich Roxy-Music-Fan, genau weil sie eben verschiedene Dinge verbunden haben – Mode, Musik und Kunst,“ wie er einmal sagte. „Viele Bereiche, zum Beispiel Journalismus, Architektur und Politik, agieren in sich beschränkt. Ich versuche zwischen diesen Bereichen Verbindungen herzustellen – so ist meine Arbeit schon immer gewesen.“

Manchester

So verwundert es auch nicht, dass Peter Saville einige Tage im Monat damit verbringt, im öffentlichen Sektor zu arbeiten. Es geht dabei nicht nur um Kommunikationsdesign oder gar den Entwurf eines Logos für die Stadt Manchester, sondern um „ein wenig Weltwissen“. Er weist darauf hin, wie die Dinge in anderen Bereichen gehandhabt werden – zum Beispiel in der Architektur, in der Logistik, im öffentlichen Raum oder auch im öffentlichen Nahverkehr.

„Wenn man sich ansieht, was ich vor 30 Jahren gemacht habe und was ich heute tue, das Branding meiner Heimatstadt Manchester und die Art Direction von Kvadrat, so ist es meinem Alter angemessen – ich bin 53,“ sagt Peter Saville pragmatisch. Vielleicht ist es gerade diese realistische Sicht auf sein Leben und seine Arbeit, dass seine heutigen Projekte ebenso viel Zeitgeist versprühen wie in den Anfangsjahren.

Links

Peter Saville Studio

www.petersavillestudio.com

Kvadrat

www.kvadrat.dk