

The Saar International Style

Was heute locker mit *Design* bezeichnet wird, hatte vor fünfzig Jahren noch ganz andere Namen: Vom Kunstgewerbe sprach man allenthalben, gar von der Werkkunst und dem Kunsthandwerk. Der „Saarländische Gestaltungskreis“ dagegen veranstaltete die Messe in Saarbrücken und war eine private Firma. Am besten trafen noch die französischen *métiers d'art* das, was sich deutsch als *Gestaltung* oder *Form* präsentierte – wobei das erste oft zur Gestalt verkürzt und das zweite nur mit dem Adjektiv gut verstanden wurde, also reichlich schwammig blieb. An der Saar wurden in den 1950er Jahren und danach alle Gegenstände des täglichen Lebens produziert sowie beworben, und die sahen nach Etwas aus oder wirkten Verkaufsfördernd. Das war in Frankreich, Luxemburg und der Bundesrepublik Deutschland nicht anders als im kleinen autonomen Saarland – und es war in dieser wie in allen anderen Hinsichten von den angrenzenden Ländern geprägt.

Die Konstruktion eines spezifischen *Saar-Designs* wäre aus zwei Gründen frivol: Zum einen war die Szene vor Ort denn doch zu klein, um ein eigenes Profil zu entwickeln, zum anderen aber – und das wiegt wesentlich schwerer – war es gar nicht die Zeit, um ein regionales Element in alle Formen des Gestaltens hinein zu legen. Zwei Weltkriege hatte man hinter sich, von deutschen oder anderen nationalen Sonderwegen endgültig die Nase voll, und immerhin war zwischen den beiden Weltkriegen in der Architektur der *Internationale Stil* ausgerufen worden, der für das neue Saarbrücken mindestens ebenso wichtig werden sollte wie die moderate Modernität, mit der Saarlouis sich in dieser Zeit herausputzte. Funktional und eher schmucklos waren die industriellen Bauten in Völklingen und Neunkirchen; und im Bereich der Verwaltungs- wie des Wohnbaus erhielt sich die heimelige Kontinuität aus der NS-Zeit wie in der ganzen Bundesrepublik nebenan. Gestalterisch vorbildhaft wurden allein wenige Gebäude, etwa die Verwaltungs- und Residenzbauten des französischen Militärs mit ihren eleganten Treppenhäusern, Wandtapeten und Beschlägen. Doch bis derlei Qualitäten in die Arbeit saarländischer ArchitektInnen und DesignerInnen durchschlugen, war das erste Jahrzehnt des Saarlands bereits vergangen.

Zunächst behelfen sich die Hersteller und Firmen mit jenem anonymen Minimalismus, der die Formen nach dem Zweiten Weltkrieg ohnehin bestimmte: Der Kühlschrank von *Jega* aus St.Ingbert trug an den Seitenblechen nur jene Riefen, die zur Versteifung des Blechs notwendig waren; immerhin war der Formmeister geschult – „gebildet“ im wahrsten Sinn des Wortes – genug, um diese Riefen in einem präsentablen Seitenverhältnis ans Blech zu setzen. Etwas gestalterischer Luxus war gleichermaßen industrieller Funktionalität wie formaler Tradition geschuldet: Die edle Arbeitsplatte aus teurem Melaminharz („Resopal“) in modischem Helltürkis wird bei Nichtgebrauch von einer voluminösen Blechhülle mit abgerundeten Kanten geschützt. Sie bildet das formale Pendant zur gebogenen Tür, sodass das Gerät auch in der Reihe einer Küchenzeile selbstbewusst seine Position behauptet. Ähnliche Strategien finden sich in der Wirtschaftswerbung, etwa wenn der Graphiker René Kende im Saarbrücker Adressbuch von 1948 für die Agentur „Sarag“ mit Ansichten metropolitanen Lebens wirbt, deren Strichzeichnung auf das Berlin der 1920er und 1930er Jahre verweist – ebenso modern, wie die deutsche Werbung während der ganzen NS-Zeit gewesen war.

Ästhetischer Hit der us-amerikanischen Re-Education um 1947 war die Wiederentdeckung des Bauhauses gewesen; und so schien dieses helle Licht moralisch einwandfreier Gestaltung aus der neuen Bundesrepublik ins Saarland hinüber, als mit Hannes Neuner ein Bauhäusler an die Schule für Kunst und Handwerk kam. Der hatte zwar auch seinen billigen Frieden mit der NS-Herrschaft gemacht und für diese fleißig moderne Propaganda produziert, doch für die Graphik im Saarland war er allemal ein Gewinn. Sein Einfluss auf das visuelle Kommunikationsgeschehen am Beginn der 1950er Jahre kann kaum überschätzt werden: die Montan-Stadtwerbung für Saarbrücken, die Lehre an der Schule, der direkte gestalterische Einfluss auf Otto Steinert, der indirekte auf Bruno Koppelkamm und Roland Stigulinszky. Als Neuner 1953 nach Stuttgart weiterzog, wo ihm die Grundlehre nach Bauhaus-Regeln an einer richtigen Akademie angeboten wurde, hatte er für die zeitgemäße Gestaltung von Drucksachen wie Plakaten, Broschüren und Verpackungen bereits eine breite Schneise geschlagen – fast schon ein wenig zu breit, zu modisch, zu international fürs kleine Saarland zwischen den anderen Staaten. Mit Robert Sessler fand sich ein Nachfolger, der frei von aller Ideologie das Beste der Schweizer Graphik seiner Zeit verkörperte, zudem gebildet und francophil genug war, um endlich auch jenen Einflüssen gegenüber offen zu sein, die von Westen, genauer: Südwesten kamen.

Robert Sessler war in seinen Entwürfen ein genialer Integrator, seine Einflüsse – von Till Neu und Heinrich Popp, die ihm beide viel verdankten, gleichermaßen gewürdigt und hier nur der Vollständigkeit halber nochmals erwähnt – reichten von romanischer Ornamentik in Frankreich über die Steinmetzzeichen luxemburgischer Wanderkünstler zu den konstruktivistischen Übungen seiner Schweizer Kollegen Richard Paul Lohse und Josef Müller-Brockmann. Vielleicht unbewusst markierte er damit das besondere Klima der saarländischen Intellektuellen in der Mitte der 1950er Jahre, die so gar nicht dem Hurra-Patriotismus der Bundesdeutsch-Anschlusser folgen wollten, aber auch nicht Josef Hoffmanns glückloses Lavieren unterstützen konnten. Für die GestalterInnen dieser Zeit lag dennoch eine inspirierende Fahrt nach Paris oder wenigstens Nancy näher als ins zerstörte Berlin, das erzkonservative München oder das kalte Hamburg. Und so entwarf der anonyme Designer des Büromöbelhauses Becker in Saarbrücken eine Ausstattungsserie nach Art des Jean Prouvé, mit Stahlrohren und gut gepolsterten *American Diner*-Sitzen, wie sie in Frankreich zu dieser Zeit so beliebt waren. Dazu gab es gut gerundete Tische und Ablagen, heute notwendige Accessoires für Filme in der Tradition der *Nouvelle Vague*.

Selbstverständlich führend war der französische Einfluss in der Mode. Also schielten die KostümzeichnerInnen auf die Haute Couture, nähten die EIVInnen der Modeklasse an der Schule für Kunst und Handwerk enge Röcke und weite Trenchcoats; und vor den Türen der Modehäuser Dior und Fath standen sich die deutschen PhotographInnen ohnehin auf den Zehen, da kam es auf ein paar Steinert-Schüler (alle männlich) mehr oder weniger auch nicht mehr an. Resultate sind schöne Entwurfsmappen und anrührende Photographien von improvisierten Laufstegen mit politischer Prominenz und ohne. Aus der Modeklasse hätte wohl etwas Besonderes werden können im Saar-Design, aber gerade sie wurde 1960 mit einem Federstrich des zuständigen Ministers beendet; genauso war es der Photoklasse 1959 nach dem Weggang von Otto Steinert ergangen. Zu diesem Zeitpunkt endete wohl auch der offensichtlichste Einfluss Frankreichs auf das Design im Saarland: die Automobile von Renault, Citroën, Simca, Panhard, Talbot, Delahaye und Facel. Keines der Fahrzeuge wurde im Saarland entworfen oder gebaut, aber repariert, gepflegt, umgebaut, umlackiert und – von nahezu allen NutzerInnen photographiert. Das Flair von Amateur- und Knipsbildern jener Jahre ist als Reservoir saarländischen Designs noch zu entdecken.

The International Style war der Titel einer Ausstellung des Jahres 1932 in New York; sie manifestierte den schon länger existierenden Anspruch moderner Gestalter, sich über alle Ländergrenzen hinweg setzen zu können. Ludwig Hilberseimer hatte schon 1927 vom *Internationalen Stil* geschrieben, und die 1930 gegründete Zeitschrift *L'architecture d'aujourd'hui* hatte sich den übernationalen Anspruch für alle Lebensbereiche ins erste Editorial gesetzt. Bei aller Modernität im gestalterischen Detail hatte sich Deutschland während der NS-Zeit aus diesem Anspruch zugunsten eines übertriebenen Nationalismus ausgeklinkt – und es war schwer, dort wieder Anschluss zu finden, überhaupt finden zu wollen. Das Saarland hatte für eine kleine Weile die Chance, auch auf dem Gebiet der angewandten Ästhetik – von Kunst soll in diesem Zusammenhang nicht geschrieben werden – sich von allzu engen Grenzziehungen zu befreien. Genutzt worden ist sie nicht. 1960 publizierte *L'architecture d'aujourd'hui* ein aufwändiges Panorama der Weltarchitektur, um den Internationalismus der modernen Architektur in Konstruktion und Bild zu beweisen. Die Bundesrepublik Deutschland ist mit mehr als einem Dutzend Bauten hervorragend in diesem Band repräsentiert, genau so gut wie die USA, Frankreich und Großbritannien. Aus dem Saarland findet sich kein einziger Bau. Unter den Hunderten von Inserenten des Heftes finden sich lothringische und luxemburgische Stahlhersteller wie Metallverarbeiter, aus dem Saarland – keiner.

International im saarländischen Design blieb der Anschluss an globale Entwicklungen. Wenn Raymond Loewy eine „Form 2000“ für einen westdeutschen Porzellanhersteller zeichnete, zog Villeroy & Boch in Mettlach mit ähnlichen Gestaltungen und Dekoren nach. Dabei sind durchaus schöne Dinge entstanden, nur: übermäßig eigenständig waren und sind sie nicht. Gleiches gilt für die Wahlplakate, Bier- wie Waschmittelwerbung und Gestaltung von Kunststoffprodukten: keine schlechte Qualität, aber auch nichts, was vom Hocker reißt. Peter Raacke entwickelte seine preisgekrönten Formen nach dem Weggang aus dem Saarland, die guten Werber und Texter pendelten nach Düsseldorf und Hamburg. Im Alltag blieb der französische Einfluss noch eine kleine Weile erhalten, aber spätestens nach dem Ende der *Tabak-Regie* waren auch die meisten Zigaretten wieder amerikanisch oder deutsch, zwei französische Marken ausgenommen. Was immer an internationalen Einflüssen auf das deutsche Design der späten 1950er und der 1960er Jahre einströmte, vor allem aus Italien und Skandinavien – am Saarland ist es vorbeigerauscht. Reflexe finden sich überall, doch genuin entstanden ist in dieser Zeit vor Ort nicht viel. Die Geburt des Designs aus den Debatten der Pop-Szene wird in der Universität diskutiert worden sein und hat durchaus Einfluss auf die Kunst-Szene gehabt; im Erscheinungsbild des Saarlandes ist davon nicht viel zu sehen gewesen.

Die 1970er und 1980er Jahre bringen dagegen frischen Wind in die Design-Szene Saar: Mit Siegbert Gölzer wird erstmalig *Industrial Design* an der Fachhochschule gelehrt, auf seinen Bahn-Sesseln sitzen die Wartenden bis heute. Die Schule von Robert Sessler schlägt sich langsam in allen Drucksachen und Werbebotschaften nieder; der 1980 verkündete Slogan *Design ist unsichtbar* formt das Paradoxon, dass erst das Bewusstsein der Konsumierenden und alltäglich Lebenden jene Gestaltung hervorruft, die uns bestimmt. Am Ende der 1980er Jahre wird mit der Gründung der HBKsaar ein völlig neuer Hochschultypus – die vollständige Integration von bildender Kunst und Design in Unterricht und Forschung – ins Leben gerufen, der tatsächlich auf andere Länder ausstrahlt: Nicht nur in Karlsruhe und Weimar werden ähnliche Hochschulen nach Saarbrücker Muster eingerichtet, sondern auch in Arles und Angoulême/Poitiers beruft man sich auf das Statut aus dem Saarland. Die HBKsaar zieht Agentur- und Bürogründungen nach sich, das Selbstbewusstsein des Saar-Designs wächst.

Den *Saar International Style* gibt es nicht, denn inzwischen wird er nicht mehr gebraucht: Das regionale Zentrum in einer globalisierten Welt kann sich auch ohne Stilbezeichnung als eigenständig darstellen.

©Rolf Sachsse