

Technik und Kunst vereint

Die Technische Kommunikation ist historisch in eine breite kulturelle Tradition eingebettet mit Bezügen zu Philosophie, Handwerk, Kunst und Wissenschaft.

Heute: Anton Stankowskis technische Grafiken.

TEXT *Steffen-Peter Ballstaedt*

Die Werke des Grafikers Anton Stankowski (1906–1998) kennt jeder. Er hat die Logos von REWE, des Süddeutschen Rundfunks, der Vereinten Versicherungen und vor allem der Deutschen Bank entworfen. Stankowski wurde 1906 in Gelsenkirchen geboren, natürlich in eine Bergmannsfamilie. Er wurde aber nicht wie vorgezeichnet Bergmann, sondern Maler, dann Grafiker und Fotograf [1]. Eine Trennung zwischen freier und angewandter Kunst lehnt er ab und konzentriert sich auf die „Gebrauchsgrafik“ oder auch „Funktionelle Grafik“.

Ein Ausspruch von Stankowski lautete: „Ob Kunst oder Design ist egal – nur gut muss es sein.“ So schuf er Prospekte, Ka-

lender, Hinweisschilder, Plakate, Werbung, Logos und technische Grafiken. Er arbeitete für zahlreiche Firmen, darunter IBM, SEL und Viessmann. Bleiben wir bei Viessmann, denn für diese Firma hat Stankowski eine besondere Bedeutung.

Eine folgenreiche Begegnung

Zu Beginn der 1960er Jahre trafen der Unternehmer Dr. h.c. Hans Viessmann, der Unternehmensberater Dr. Ottmar Rechenauer und Anton Stankowski zusammen, damals Dozent an der Hochschule für Gestaltung in Ulm. Dieses kreative Trio aus Ingenieur und Unternehmer, Fachmann für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, Künstler und Designer entwickelte ein Corporate Design auf der Grundlage von zehn Unternehmensgrundsätzen von Viessmann.

Nach Stankowski muss jede Visualisierung von einer „Unternehmenslinie“ ausgehen [2]. Er schuf das Logo, die Wortmarke mit den Doppel-S-Heizschlangen, gestaltete Prospekte oder auch Messestände. Seine Entwürfe wurden 1982 im Institut für Technische Form in Darmstadt ausgestellt: „Viessmann Visuell, Darstellung des visuellen Erscheinungsbildes“.

Die konstruktive Grafik

Stankowski hat eine eigene Gestaltungslehre entwickelt, die heute als „konstruktive Grafik“ [3] bezeichnet wird. Er arbeitet mit elementaren geometrischen Formen und klaren Farbflächen, den Grafiken liegen einfache Gestaltungsraster zugrunde. Das beste Beispiel ist das reduzierte Logo der Deutschen Bank. Der Schrägstrich soll für kontinuierliches Wachstum und dynamische Entwicklung stehen, das rahmende Quadrat für ein sicheres Umfeld. Die BILD-Zeitung titelte damals „Skandal: Maler verdient mit fünf Strichen 100.000 Mark“.

Für die Produktkataloge von Viessmann zur Kühl- und Heizungstechnik entwarf er eindruckliche und farbintensive Grafiken, die mit nüchterner und sachlicher Ikonografie abstrakte Begriffe visualisieren, zum Beispiel Wärme und Energie für den Heizungsspezialisten. Seine Formen passen perfekt zu technischen Objekten und Komponenten, sie akzentuieren den funktionalen Aspekt. Das gilt auch für das Produktdesign, das in der aktuellen Imagebroschüre als klar, reduziert und funktionsorientiert beschrieben wird. Technische Innovation und künstlerische Kreativität gehen hier Hand in Hand.

Eine produktive Beziehung

Als Erfinder des Corporate Design gilt der Designer Peter Behrens, der von 1907 bis 1914 für die AEG von der Fabrikarchitektur bis zum Briefbogen ein einheitliches Erscheinungsbild entwarf. Es gibt wenige Firmen mit dem Mut und den finanziellen Mitteln, um sich mit einem künstlerischen Berater auseinanderzusetzen, der meist eine gewisse Eigenwilligkeit einbringt. Die Firma Viessmann verdankt dieser Zusammenarbeit bis heute ein unverwechselbares visuelles Erscheinungsbild. Merkwürdigerweise taucht der Name Stankowski aber in Broschüren oder auf der Website nicht auf. ☹

ZUM WEITERLESEN

- [1] Leben und Werk von Anton Stankowski: www.stankowski06.de; www.stankowski-stiftung.de.
- [2] Stankowski, Anton (2002): *Das visuelle Erscheinungsbild der Corporate Identity*. In: Klaus Birkigt, Marius M. Stadler, Hans J. Funck: *Corporate Identity. Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. Moderne Industrie, Landsberg/Lech*, S. 191–224.
- [3] Stankowski, Anton; Duschek, Karl (1994): *Visuelle Kommunikation: Design-Handbuch*. Reimer, Berlin.

STEFFEN-PETER BALLSTAEDT

Steffen-Peter Ballstaedt ist Professor für angewandte Kommunikationswissenschaft. Nach dem Studium der Psychologie hat er sich mit Fragen der sprachlichen und visuellen Kommunikation befasst und dabei einen Schwerpunkt auf Technische Kommunikation gelegt. In Vorträgen, Seminaren und Publikationen behandelt er Themen der Gestaltung von Text und Bild in wissenschaftlichen Dokumenten.

steffen.ballstaedt@w-hs.de

www.ballstaedt-kommunikation.de

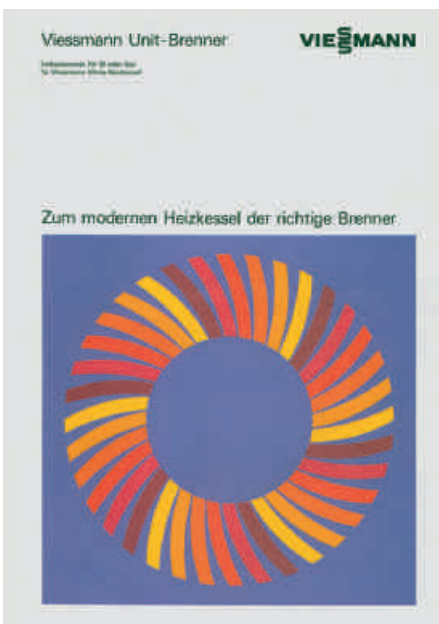


ABB. 01 Titelseite eines Prospekts von Viessmann zu einem Einbaubrenner für Öl und Gas.

QUELLE *Stankowski-Stiftung*