

# MENSCHEN ERREICHEN

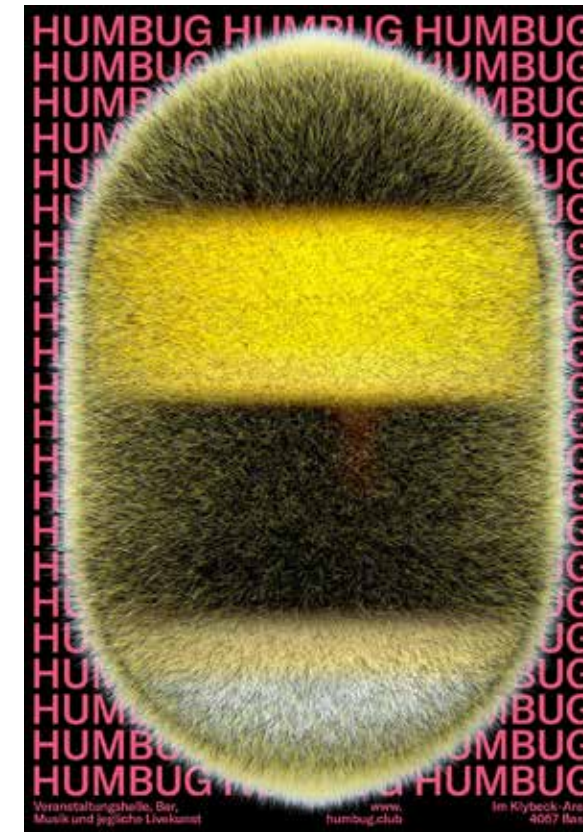


RambaZamba  
Theater  
Schulermuseum  
für Kultur und Europa  
berlin

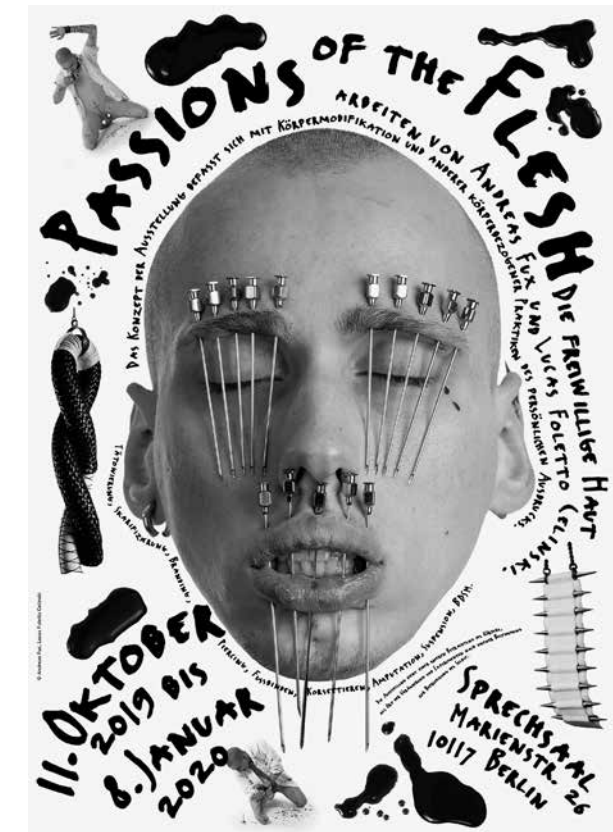
→ 01  
»Lulu«. Design: Tobias Röttger, Susanne Stahl, Berlin GER. Foto/Photo: Julia von der Heide. Kunde/Client: RambaZamba Theater. Animierte Version verfügbar, die App Artivive ist erhältlich im App Store und bei Google Play / An animated version of this poster can be visualized through the App Artivive, download through App Store and Google Play

# POSTER DESIGN – ECCENTRIC AND ARTISTIC TO QUIET AND UNDERSTATED

INTERVIEW:  
Christine Moosmann



↑ 02  
»Humbug«. Design: Simone Hörler, Basel SWI. Kunde/Client: Verein Kultur Kieswerke Basel, Club Humbug, Artivive



← 03  
»Passions of the Flesh«. Design: Christoph Laurisch, Berlin GER. Kunde/Client: Sprechsaal

**Auch in diesem Jahr wurden wieder die 100 besten Plakate aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt – wie immer eine beeindruckende Leistungsschau der Plakatgestaltung im deutschsprachigen Raum. Über die Jurierung, die noch regulär stattfand, kurz bevor das damals noch neuartige Virus um die Welt zog, erzählt uns die Jury-Vorsitzende Julia Kahl. Natürlich interessierte uns auch, welche Trends und Strömungen sich dieses Mal zeigten und dass es manchmal gute Gründe gibt, die strengen Beurteilungskriterien ein wenig anders auszulegen ...**

**Liebe Julia, auch viele Juries waren in diesem Jahr durch die Pandemie betroffen. Hat Corona bei den 100 Besten eine Rolle gespielt?**

Die Jurysitzung fand bereits im Februar dieses Jahres in Berlin statt, Corona war noch dieser »neuartige Virus aus Wuhan«, der Deutschland aber noch nicht erreicht hat. Seither war ich stetig mit den Organisatorinnen und Organisatoren der 100 besten Plakate in Kontakt – dass wir eine so unbeschwertere, »normale« Zeit erleben konnten, kommt uns mittlerweile vor wie ein Traum. Vielmehr beunruhigte mich der rassistisch motivierte Anschlag aus Hanau am ersten Jurytag, bei dem elf Menschen starben. Die Kleinstadt ist nur 30 Kilometer von dem Ort entfernt, an dem ich aufgewachsen bin. Dass rechtsextremer Terror in den letzten Jahren derart zugenommen hat, beunruhigt mich und war oft Thema der Jury.

**This year again the »100 Best Posters from Germany, Austria and Switzerland« were selected – and, as ever, this competition was an impressive demonstration of poster design talent in German-speaking regions. Julia Kahl, jury chair, tells us about that jury session, which took place just before the Corona virus spread around the world. We were keen to find out which trends and tendencies were highlighted this time and we also heard that there are sometimes good reasons for re-interpreting the strict judging criteria ...**

**Julia, many juries were affected by the pandemic this year. Did Corona play a part in the 100 Best Posters awards?**

The jury session took place this year in February in Berlin. At that time Corona was a »novel virus from Wuhan« which had not yet reached Germany. Since then I have been in regular contact with the organisers of the 100 Best Posters competition – looking back it all seems amazing that we were able to experience such an untroubled »normal« jury session. At the time I was much more troubled by the racist-motivated attack in Hanau: 11 people died there on the first day of our jury sitting. This small town is just 30 kilometres away from the place I grew up. I am very concerned about the rise in extreme-right terrorism in recent years, and that issue has often been a theme for the jury.



**Bei 2247 Einsendungen ist es nicht leicht, Entscheidungen zu treffen, wie kann man sich das Auswahlverfahren und die Jurierung vorstellen?**

Sehr demokratisch, strukturiert und effizient. Erst einmal habe ich mich sehr über die anderen Jurymitglieder gefreut, und dass ich den Vorsitz der Jury übernehmen durfte, war eine große Ehre. Bevor wir uns persönlich trafen, wurden alle eingereichten Plakate vorab online gesichtet und eine erste, grobe Vorauswahl getroffen. Diese wurde uns dann physisch in den Räumlichkeiten der UdK in Berlin präsentiert. In mehreren Durchgängen schickten wir schließlich Plakate in die nächste Runde oder sortierten aus. Die Auswahl geschieht anonym – auch wenn es nicht ausbleibt, dass man vielleicht den Stil des ein oder anderen Gestalters »erkennt«.

**Was macht für dich ganz allgemein ein gutes Plakat aus?**

Wenn das Kommunizieren einer Nachricht auf ansprechende visuelle Weise umgesetzt wurde und den Rezipienten erreicht. Das kann in artistischer Exzentrik oder schüchterner Zurückhaltung geschehen.

**Wenn man in kurzer Zeit so viele Arbeiten aus einem bestimmten Gestaltungsbereich sieht, zeichnen sich oft Muster ab. Gab es in diesem Jahr bestimmte Strömungen oder Vorlieben zu erkennen?**

Tatsächlich hat sich uns die Plakatszene sehr facettenreich gezeigt – und das sieht man hoffentlich auch anhand unserer Auswahl. Das Schöne ist, dass heute so viele unterschiedliche Stile möglich sind: vom 3D-Rendering über Letterpress, Typografie oder Illustration, Fotografie oder Augmented Reality. Eine besonders hohe Qualität der illustrativen und typografischen Plakate ist mir ins Auge gestochen und dass auch Institutionen (etwa Theater) viel mutiger in ihrer Darstellung geworden sind. Insgesamt waren die Plakate sehr farbenfroh und glänzten durch außergewöhnliche Druckproduktion.

**With 2,247 entries it is not easy to make decisions. What does the selection process and final judging look like?**

Very democratic, structured and efficient. I must mention first of all that I was very pleased to have the opportunity of working with the other jury members, and honoured to be nominated chairperson. Before we met in person, we all looked through all the entries online, and made a first, rough selection. These works were then presented to us all physically in the University of the Arts (Universität der Künste) in Berlin. In several viewings, we chose posters to send through to the next round. All the posters were presented without naming the designers behind them, although of course it was sometimes possible to make a good guess at who it was from.

**For you personally, what makes a good poster?**

When it communicates a message in an attractive visual way that reaches its intended audience. And that can happen in many ways, from artistic and eccentric, to quiet and understated.

**↓ 04**

»MJR Mediterrane Blumen«. Design: Design Studio Thom Pfister, Thom Pfister (Design), Eline Van Dam (Illustration), Philippe Knupp (Text), Bern SWI. Kunde/Client: MJR Melanie JeanRichard



**← 05**

»Tanzquartier Wien Kampagne – Jakob Lena Knebl«. Design: studio VIE, Christian Schlager (Art Direction, Design), Anouk Rehorek (Art Direction, Design), Elsa Kubik (Design), zusammen mit/in cooperation with Katarina Šoškic (Photo), Hvala Ilija (Styling), Herwig Scherabon (Rendering), Wien/Vienna AUT. Kunde/Client: Tanzquartier Wien

**↓ 06**

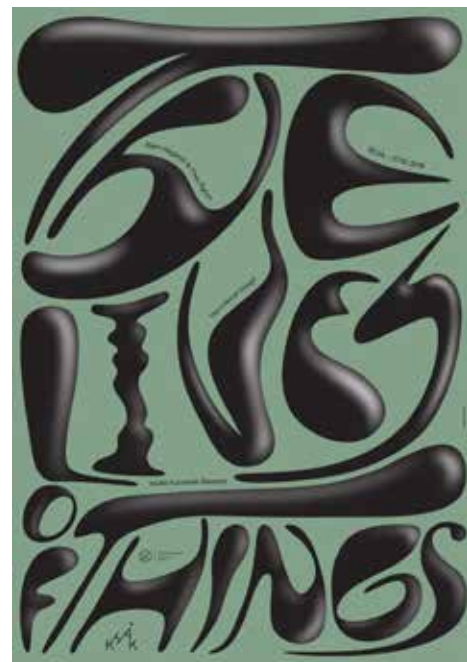
»Hyperdrüse«. Design: Zwölf, Stefan Guzy, Björn Wiede, Berlin GER. Kunde/Client: Schering Stiftung



**← 07**

»Toshiro Mifune«. Design: Anna Tuena, Li Curt SWI. Kunde/Client: Filmpodium der Stadt Zürich. Kategorie/Category: Studierende/Students





### 100 beste Plakate 19 Deutschland Österreich Schweiz

Verlag Kettler, Dortmund  
www.verlag-kettler.de  
deutsch/englisch, 332 Seiten,  
doppelte Schweizer Broschur  
Design: Lamm & Kirch  
ISBN 978-3-86206-825-8  
29,90 €

#### ← 08

»AR Specimen«. Design: Claudiabasel Grafik + Interaktion, Jiri Oplatek, Basel SWI. Kunde/Client: Karlsruher Institut für Technologie, Fakultät für Architektur

#### 09

»The Lives Of Things«. Design: Ariane Spanier Design, Berlin GER. Kunde/Client: Hegardt & Ägren

#### 10

»Ten Years After – 10 Jahre Talentstiftung Henning Tögel«. Design: Niklas Berlec, Mark Julien Hahn, Stuttgart GER. Kunde/Client: Talentstiftung Henning Tögel

#### 11

»Hideki Nakajima: Made in Japan. Tokyo (Berlin edition)«. Design: hesign/Berlin, Berlin GER. Kunde/Client: Center for Visual Arts

#### 12

»Schlossfestspiele 2020«. Design: Daniel Wiesmann Büro für Gestaltung, Berlin GER. Foto/Photo: R. Kroetz. Kunde/Client: Ludwigsburger Schlossfestspiele. Artivive

#### 13

»Ryan Gosling Revisited«. Design: Studio NOI, Zürich SWI. Kunde/Client: Kino Xenix

#### 14

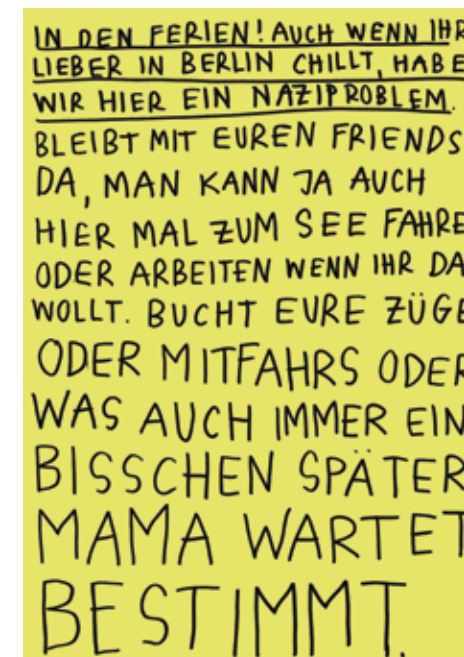
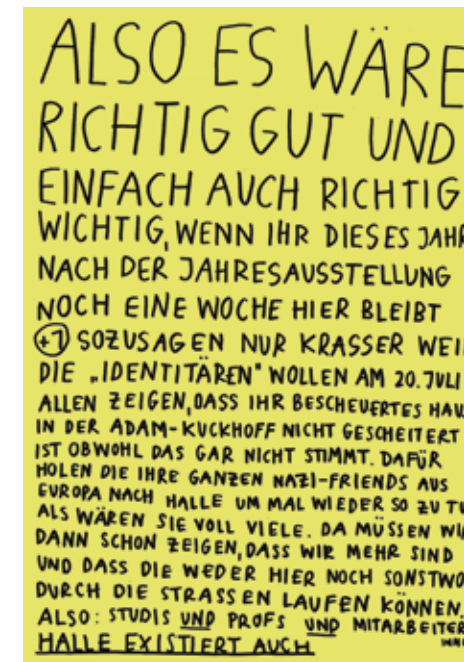
»Alinea Collective Biel«. Design: Diotima Grossert, Biel/Bienne SWI. Für/For: Hochschule Luzern – Design & Kunst. Kategorie/Category: Studierende/Students. Artivive

#### 15

»Spielzeitkampagne WER WEN«. Design: Julia Kuon, Sabine Meyer, Christoph Feist (Illustration), Berlin GER. Kunde/Client: Deutsches Theater

#### 16

»Topfpalmen«. Design: Studio Es, Verena Panholzer (Art Direction), Arjun Gilgen (Design), Wien AUT. Kunde/Client: ostblok GesBR



#### ↑ 17

»Mama wartet bestimmt«. Design: Hannah Englisch, Nils Krüger, Halle GER. Für/For: Politische Hochschulguppe »aktuelle Stunde« der Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle

#### Gab es Arbeiten, die dich überrascht haben, oder hattest du einen Favoriten?

Es gibt ein Plakat, welches zwar formal nicht unter dieselben Beurteilungskriterien gefallen ist, die wir sonst angewendet haben, welches aber gewissermaßen den Inbegriff und Ursprung eines Plakats darstellt. Es war ein Aufruf von Studierenden aus Halle an ihre Kommilitonen, nach Semesterende nicht einfach in die Ferien zu fahren, sondern eine Woche länger vor Ort zu bleiben, um bei einem Aufmarsch der rechtsextremen Szene Gesicht zu zeigen. Die Geschichte zeigt, dass sich die Gegenwehr der Gesellschaft vor Ort durchaus gelohnt hat. Dieses Plakat auszuzeichnen war mir ein besonderes Anliegen.



#### ↑ 18

»Pow!«. Design: babyinktwice, Dani Kühne, Näfels SWI. Für/For: Typographic Summer Program

**When you see so many works from one area of design in such a short space of time, you must see patterns developing. Did you identify any particular directions or preferences among this year's entries?**

What we found was in fact an amazing diversity – and hopefully you can see that reflected in our choices. The nice thing is that today so many different styles are possible: from 3D rendering to letterpress, typography and illustration, photography and augmented reality. What struck me was the particularly high quality of the illustrative and typographical posters, and that institutions (e.g. theatre) have become much bolder in presenting themselves. Overall the posters were very colourful and there were some exceptional print productions.

**Were there any particular works that surprised you? And did you have a favourite?**

There was one poster which in formal terms did not fall under the judging criteria that we normally apply, but which in a certain way encapsulated the essence and origins of the poster. It was a call from students in Halle to their fellow students, not to just leave at the end of the semester, but to stay a week longer in the town and protest at a march planned by the far right. History has taught us that protest from within the local community has effect. Giving this poster an award was important to me.