

Das verschmähte Expo-Billett

Der Designer Richard Feuer entwarf für die Expo ein System, dank dem jeder der erwarteten elf Millionen Expobesucher seine eigene Eintrittskarte hätte erhalten sollen. Die Karten waren schon beim Drucker, als das Projekt wegen Geldmangels gestoppt wurde.

Die Idee ist einfach: Jeder Expobesucher bekommt seine Eintrittskarte – ein Unikat. Das schlug Richard Feuer im Frühling 1999 der Expoleitung vor. «Jede Karte wird wie eine Melodie sein, ein Unikat mit einer eigenen Stimmung aus Farben und Zeichen.» Er nennt es Digital Continuity Design. Die Marketingleute der Landesausstellung glaubten ihm und Feuer brachte das Projekt zur Druckreife.

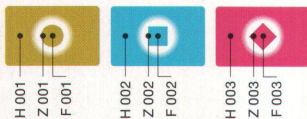
Mit Farben und Zeichen rechnen

Zeichen, Farbfüllung des Zeichens und Hintergrund – diese drei Elemente in je 224 Varianten prägen die Vorderseite der Karte. Die Zeichen entwickelte der Designer aus verfügbaren Symbolschriften und Fonts. Sie erinnern an Schaltzeichen der Elektrotechnik, an Spielfiguren und Signete, sie zitieren die Pop- und Technokultur oder mur-

melnen von zukünftigen Logos. In einem malerischen Verfahren, an dessen Ende weiche Farbverläufe stehen, entwickelte Feuer die Hintergründe und Farbfüllungen. Als Grafik DJ mischte er die Elemente und erhielt im Master Ausdruck, einem Überblick über den Druck, einen Verlauf von abstrakten zu symbolischen Formen. Ein Computerprogramm der Firma typolitho kombinierte die Zeichen, Hintergründe und Füllungen; der Designer lenkte den gestalterischen Blindflug lediglich mit drei Masterserien. Im klassischen Offsetdruck bräuchte man etwa 156 Mannjahre, um jede Karte einzeln zu drucken; der Digitaldruck, von der Datenbank gesteuert, ermöglicht erst das Drucken von Unikaten in der Masse. Für den 16er-Druckbogen stellte Feuer die Varianten zu 56 Viererserien zusammen. Die systematische Kombination aller ergab die Varianten: $(56 \times 4)^3 = 11\,239\,424$ zwar je unterschiedliche Billetts, aber dank ihrer Muster unmittelbar als Mitglieder einer grossen Familie zu erkennen.

Projekte – mit Folgen für Feurers Vorhaben, das bereits vor der Druckmaschine ruhte. Christof Hofstetter, als Designer für das Erscheinungsbild und den Markenauftritt der Expo.02 zuständig, gibt das vorläufige Ende bekannt: «Obwohl das Projekt von Richard Feuer überzeugt hat, diskutiert die Expo zur Zeit andere Billett-Systeme.» Sobald über elektronische oder traditionelle Eintrittskarte, bargeldlosen Zahlungsverkehr, die Kosten und den Billettverkauf entschieden sei, werde sich die Expo auf ein Konzept festlegen. Hofstetter will Feurers visuelles Konzept retten, sieht aber auch die Macht des Geldes und meint: «Wir brauchen den Mut für gestalterisch hochwertige Projekte und dürfen sie nicht in klassischer Marketingmanier dem Durchschnitt opfern.» Alle Beteiligten bescheinigen Richard Feuer gute Arbeit und geben zu, dass die Technik den grossen Batzen kostet, der Druck im Vergleich dazu nicht ins Gewicht fällt. Zahlen indes mag niemand bekannt geben.

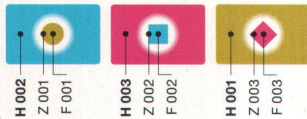
00 Masterserie



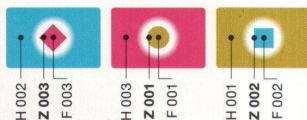
Oben sieht man die Hälfte aller Zeichen, die Richard Feuer für sein Expo-Karten System verwendet hat

Das Diagramm auf der linken Seite zeigt, wie der Hintergrund, das Zeichen und die Farbfüllung des Zeichens miteinander kombiniert werden. Alleine durch die Verschiebung der Elemente zueinander entstehen 11 239 424 Varianten

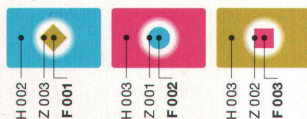
01 Verschiebung Hintergrund (H)



02 Verschiebung Zeichen (Z)



03 Verschiebung Zeichenfüllung (F)



Technisch reif

Nicht nur das Design und die Drucktechnik waren bereit, auch die Hardware und Software für die Zutrittskontrolle des fälschungssicheren elektronischen Tickets hatten die Sicherheitsingenieure der Schlüsselfabrik Kaba gerüstet. Ein ins Billett gebauter Legi-Chip kann Zutrittsberechtigungen speichern, auf einem Thermostreifen werden die Berechtigungen ausgewiesen und nach dem Eintritt automatisch gelöscht. Neben dem Thermostreifen, dem Expo-Logo und dem Logo eines Sponsors lag ein Cash-Chip, mit dem der Expo-Besucher bequem seine Bratwurst hätte kaufen können.

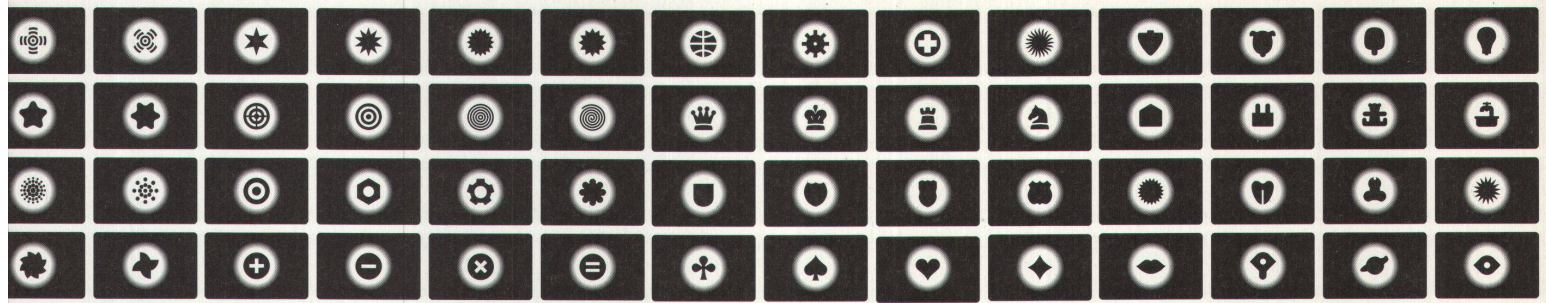
Zu teuer

Hätte, sollte, würde – nach dem Hayek-Bericht prüften die Expo-Sanierer alle

Das Projekt als Kritik

Richard Feuer löste gestalterisch ein, was die Expo mit den Schlagworten Imagination und Nachhaltigkeit für sich beansprucht. Sein Projekt kritisiert den klassisch modernen Begriff der Autorenschaft und zeigt, wie er unter den Bedingungen digitaler Technologie auch in der Grafik kritisch geworden ist. Denn sein Projekt definiert den Gegenstand als System, das der Designer nur bedingt kontrollieren kann. Das Resultat freilich hält den Rückzug auf den individuellen Gestaltungswillen offen – écriture automatique mit technischen Mitteln sozusagen. Dem Wegwerfartikel hat er dadurch ein Gesicht gegeben und hebt ihn in den Stand, Sammlungsgut und Erinnerungsstück zu werden.

Meret Ernst

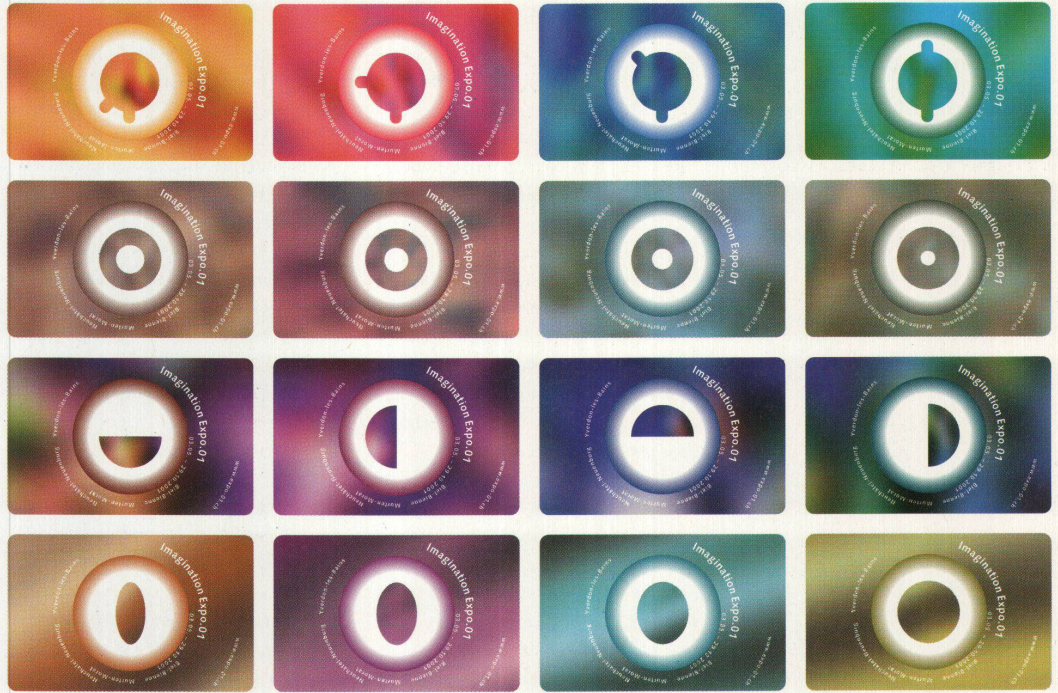


Richard Feurers Partner

Ein Designprojekt ist keine einsame Tat im stillen Kämmerlein. Die Partner des Zürcher Designers Richard Feurer waren:

- Interlock, Schlieren; Kaba, Rüm- lang, für die Technik des bargeldlo- sen Zahlens
- typolitho, Zürich, für die Software und den Digitaldruck
- Christof Hofstetter, CI Programm Zürich. Er ist verantwortlich für die Markenführung und das Erschei- nungsbild der Expo.02

Masterserie Ausschnitt



Variationsbeispiel



Auf der Masterserie reihen sich die Zeichen und Hintergründe systematisch aneinander. Die Übergänge im Farbverlauf und die Verwandtschaft der Zeichen werden in diesem Ausdruck deutlich. Das Variationsbeispiel am zufällig ausgewählten Druckbogen zeigt, dass der Kontrast von klarem Zeichen und weichgezeichnetem Hintergrund alle erdenklichen Kombinationen zulässt