

INTERNATIONAL ISSUE GERMAN / ENGLISH WWW.NOVUMNET.DE ISSN 1438-1753 B 3149 11,- € 20,- CHF

novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 07 / 11



DAILY TYPE

TÄGLICHER SCHRIFTPUTZ
FRESH LETTERING FROM MOSCOW

100 BESTE PLAKATE

HÄNGT SIE HÖHER!
A PANOPTICUM OF POSTERS

BÉJEAN KÖRNER LEDOUX

DESIGN FÜR DIE SINNE
ALCHEMISTS OF DESIGN

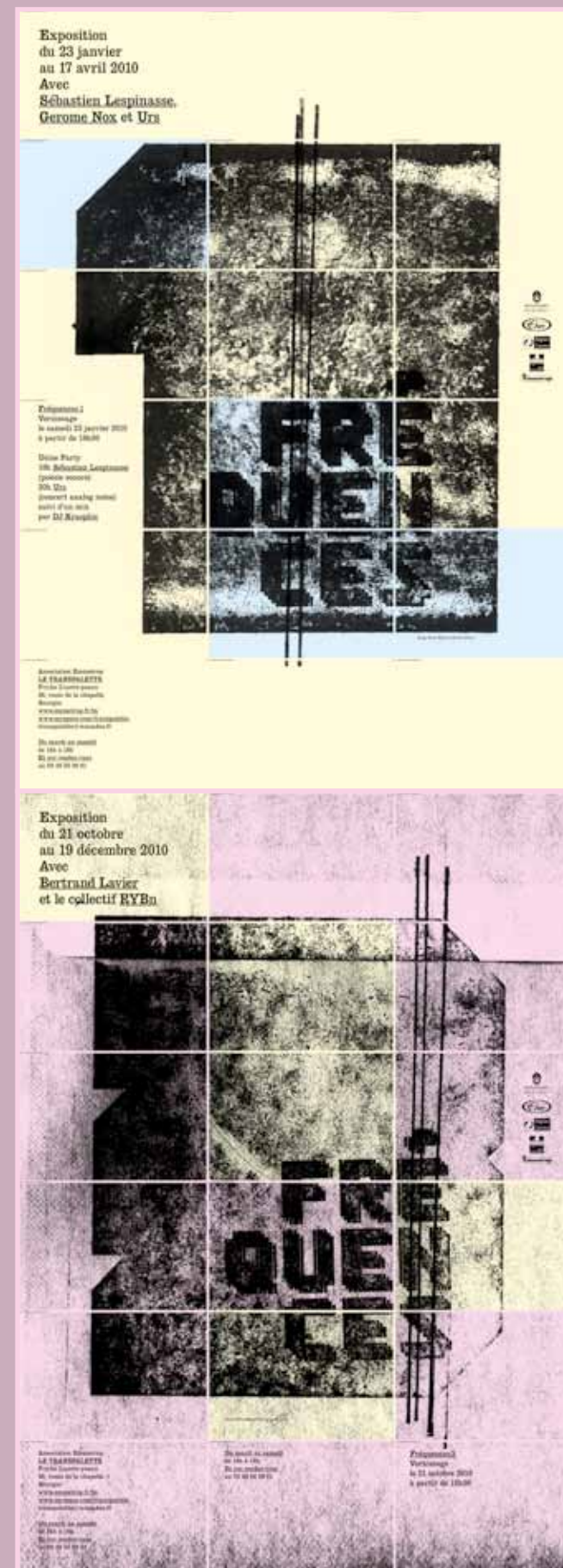
NOVUM PLUS

PAPIER
VEREDELUNGSSERIE:
DIGITALDRUCK MIT WHITEINK

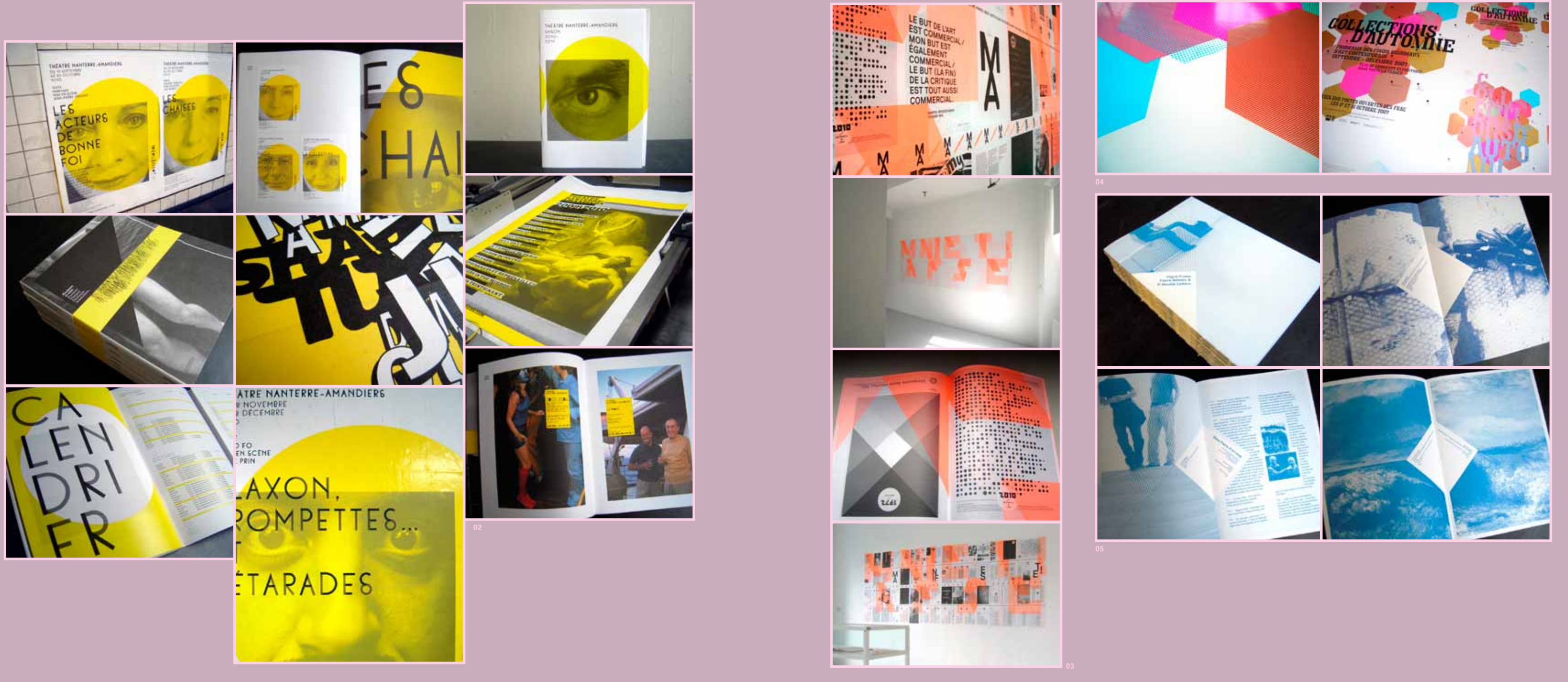


DIE CHEMIE MUSS STIMMEN

Für Künstler und Kunsteinrichtungen zu gestalten, davon träumen viele Designer – für Pascal Béjean, Olivier Körner und Nicolas Ledoux in Paris ist dies fordernder wie erfüllender Alltag. **THE CHEMISTRY HAS TO BE RIGHT.** Design work for artists and art institutions is the dream of many designers – but for Pascal Béjean, Olivier Körner und Nicolas Ledoux in Paris it's their staple activity, as fulfilling as it is strenuous.



01



Viele Gestalter scheuen das Wort Stil wie der Teufel das Weihwasser, nicht so Pascal Béjean, Olivier Körner und Nicolas Ledoux. Das in Paris beheimatete Trio hält es vielmehr mit Jean Cocteau, der sagte, daß Stil die einfache Art, komplizierte Dinge zu sagen sei. Dies gelingt Béjean, Körner und Ledoux, indem sie das Wesen ihres Kunden ergründen und schließlich nach Wegen suchen, um es optimal in Bildersprache, Typografie, Textur und Form widerzuspiegeln. Sie suchen dabei, wie sie sagen, nach der richtigen »Alchemie«, die es ihnen erlaubt, zu vereinfachen und doch vielschichtige Informationen zu vermitteln.

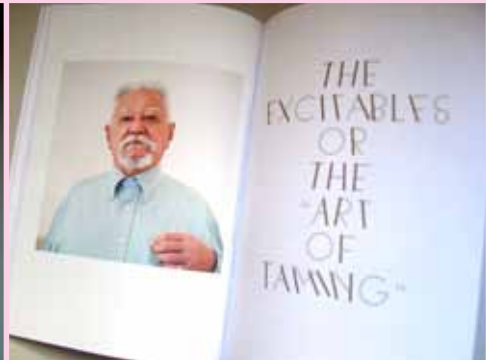
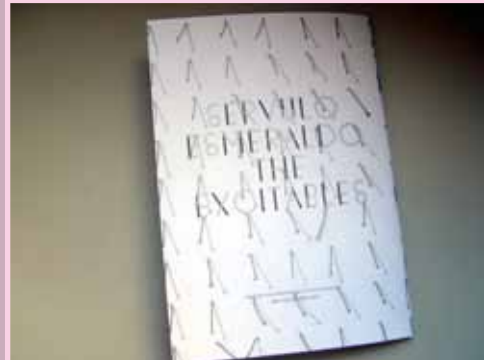
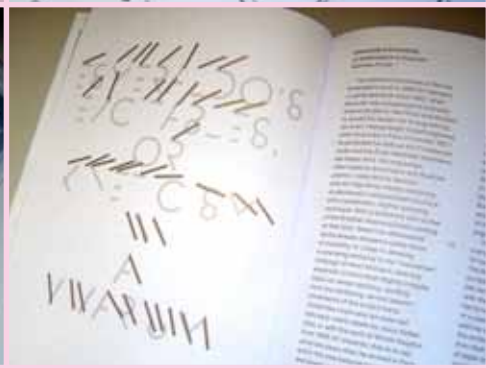
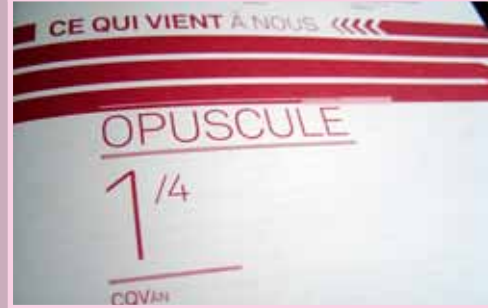
Der grafische Aspekt der Arbeiten ist dabei der eine Teil, das physische Erleben der andere. Das Team legt größten Wert darauf, die richtige Form zu finden und ihre Kommunikationsmittel haptisch wie optisch zu einem Erlebnis werden zu lassen. Gleich ob es sich um Erscheinungsbilder, Plakate, Broschüren, Informations- oder Webematerialien handelt, sie zeichnen sich immer durch »erfühlbare« Besonderheiten aus, sei es ein raffinierter Druck, ungewöhnliche Materialien und Bindungen, eine überraschende Bildsprache, Stanzungen oder Sonderfarben. Die Kreativen sprechen alle Sinne an und folgen in ihrer Philosophie dem Konzeptkünstler Joseph Kosuth, der mit seiner Reihe »Art as idea as

idea« zeigen wollte, daß die Kunst nicht dem Objekt selbst innewohnt, sondern sich durch die Bedeutung ausdrückt, die wir ihm beimessen. Kunsttheoretische Überlegungen, konzeptionelle Experimente und oftmals ungewöhnliche Umsetzungen können sich Béjean, Körner und Ledoux mehr als manch andere Grafiker leisten, da ihre Kunden in der Regel selbst Künstler sind. »Sie haben ihre eigene Sichtweise der Welt«, beschreiben die drei ihre Auftraggeber, »sie hinterfragen vieles und das tun auch wir.« Natürlich führt das auch gelegentlich zu Reibereien und Meinungsverschiedenheiten, doch das Team schätzt die kreative Konfrontation. Und darin haben Béjean, Körner und Ledoux auch Übung, da sie zu den

Gründern gehörten und einige Jahre im Kunst- und Grafikkollektiv Labomatic mitwirkten. Als sich die Gruppe 2008 auflöste, führten die drei die Arbeit fort, allerdings in neuer Konstellation und mit anderer Chemie. Heute gestalten sie alles von Büchern über iPad-Applikationen bis hin zu T-Shirts und sagen: »Wir lieben es, mit dem Werk eines anderen Kreativen eine Geschichte zu erzählen und es zu den Menschen zu bringen.« Wichtig ist nur, wie man an die Dinge herangeht und wenn man Stil mit Haltung gleichsetzt, dann besitzen Pascal Béjean, Olivier Körner und Nicolas Ledoux eine Menge davon. *cm*

- 01** »Fréquences«. Plakatreihe für den Kunstraum Transpalette in Bourges, in der Auswahl der 10 besten französischen Plakate Chaumont 2010 / Series of posters for the art space Transpalette in Bourges. Chosen one of the 10 best French posters at Chaumont 2010
- 02** »Amandiers«. Broschüre, Programm und Plakate für das Théâtre Nanterre-Amandiers (in der Auswahl der 10 besten französischen Plakate Chaumont 2010) / Brochure, programme and posters for Théâtre Nanterre-Amandiers. Chosen one of the 10 best French posters at Chaumont 2010.
- 03** »OpticalSound, Manifeste!« Wandzeitung zur Ausstellung / Mural newspaper for the exhibition »Le temps des manifestes«. Kunde / Client: Espace de l'Art Concret, Mouans-Sartoux, France

- 04** »Collections d'automne«. Plakat / Poster. Kunde / Client: Platform
- 05** »Vague froide«. Kunstbuch / Art book. Kunde / Client: Wharf, Centre d'art contemporain de Basse-Normandie



While the word »style« evokes an allergic reaction from many designers, these emphatically do not include Pascal Béjean, Olivier Körner and Nicolas Ledoux. This Paris-based trio are at one with Jean Cocteau, who remarked that style was the simple way to say complicated things. This is what Béjean, Körner and Ledoux achieve, their method being to understand the nature of their client in depth and only then seek out ways to reflect that essence perfectly in visual language, typography, texture and form. They aim to find what they call the right »alchemy«, enabling them to simplify, and yet at the same time communicate highly nuanced information. The graphic aspect of the work they produce is

only part of the communication, the other part being physicality. The team considers it vital to find the appropriate form and ensure that their communicative media come across as both a tactile and a visual experience. Whatever the particular forms – visual identities, posters, brochures, information packs or advertising – all are hallmarked by distinctive »touch-and-feel« qualities, such as a sophisticated print finishes, unusual materials and bindings, an arresting visual language, punched effects or special colours. These creatives play on all five senses, and align themselves philosophically with the concept artist Joseph Kosuth, whose »Art as idea as idea« series aimed to show that art is not inherent in the object as such but is expressed in the significance that we assign to the object.

Compared with many other graphic designers, Béjean, Körner and Ledoux have more scope in their work for theory-based ideas, experimental concepts, and frequently unusual solutions, because their clients generally tend to be artists themselves. »They have their own way of seeing the world,« say the three, referring to their commissioning patrons. »They question much of what they see, and we do too.« Obviously this can also result in friction and differences of opinion – but the team sees creative confrontation as a good thing. Here Béjean, Körner and Ledoux can speak from experience, as they were among the founders and spent several

years working in Labomatic, the art and graphics collective. When that group broke up in 2008, the three continued the work, in a new set-up – and the chemistry was also different. Currently they design anything from books to iPad apps to T-shirts, and say: »We love to take the work of another creative, tell a story with it and bring it to its audience.« All that really matters is how one goes about things, and if one equates style with attitude, then Pascal Béjean, Olivier Körner and Nicolas Ledoux certainly have plenty of that. *cm*

06 »Ce qui vient«. Katalog für die Biennale für zeitgenössische Kunst / Catalogue for the Biennial of Contemporary Art. Kunde / Client: Les Ateliers de Rennes, Biennale d'art contemporain
07 »Sérvulo Esmeraldo, Les Excitables / The Excitables«. Katalog / Catalogue. Kunde / Client: Festival @et Outsiders, Maison Européenne de la Photographie
08 »DAG, Inclusion«. Kunde / Client: Dag / Maas / Art, Book, Magazines