

form

The Making of Design

form 227, Juli / August 2009

Deutsch/English, www.form.de

Deutschland 16,50 EUR

Belgien 19 EUR, Österreich 17,50 EUR

Schweiz 32 CHF, Spanien 20,50 EUR



Parallelwelten im Web

Web Design now



- 66 **Dieter Rams spricht Klartext**
The Making of Braun Design
- 27 **Steven Heller gratuliert**
Milton Glaser & Heinz Edelmann
- 26 **Fons Hickmann: Ein Reisebericht**
Secrets of Taiwanese Graphics



Das Netz der Gegensätze: Während paperrad.org (links) das frühe, teils trashige HTML zelebriert, ist das Design von konstantingrcic.com (unten) extrem reduziert, fast karg.

The web of contradictions: Whereas paperrad.org (left) celebrates the early, in some cases trashy HTML, the design on konstantingrcic.com (below) is extremely reduced, almost sparse.

Web der Extreme

Flickering vs. Frugal

Text: Florian Alexander Schmidt (redaktion@form.de)

PROJECT:
MOCHA / AIRCHAIR / PLANK / 2008
TABLE B / TABLE / BD BARCELONA / 2008
AUTOSHOW / WINDOW DISPLAY / MAISON HERMES IN JAPAN / 2008
PIPE / DESK / MUSE THONET / 2008
ACCENTO / CUTLERY / SERAFINO ZAPP / 2008
KARFON / CHAIR LONGUE / GALLERY KRED / 2008
PACKAGE / CHARITY PROJECT / PAPERLOVE / 2008
43 / CHAIR / YB / 2008
LUNAR / ARCHITECTURAL LIGHTING / FLOS / 2008
WYTO PRINT / DOCUMENTATION / WKE HERE / 2008

Der Trend im Netz sei, dass es keinen Trend gebe, hört man oft. Doch die aktuelle Gestaltung im Netz zeigt etwas anderes: Einerseits begegnet man multimedialen Feuerwerken, andererseits reduzierten Low-Tech-Seiten; die einen kreieren künstlerisch Innovatives, die anderen bedienen sich bei vorgefertigten Baukästen – der Trend im Webdesign geht ins Extreme.

Es gibt vermutlich keinen Bereich der Gestaltung, der einem so raschen Wandel unterworfen ist wie das Webdesign. Getrieben von immer neuen technischen Möglichkeiten, gefordert durch die immer kürzer werdende Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer, muss das Design im Netz seine Position zwischen der Lust auf Innovation und dem Wunsch nach Standardisierung immer wieder

neu bestimmen. Möchte man sich einen Eindruck davon verschaffen, was gestalterisch und technisch State of the Art ist, lohnt sich ein Blick auf die großen Auszeichnungen, die jährlich für Webdesign verliehen werden – der Favourite Website Award (fwa.com) und die Webby Awards (webbyawards.com). Ein stark vertretener Ansatz: der Griff in die Vollen, das Ausreizen aller technischen Möglichkeiten, innovatives Interfacedesign und die Einbindung neuester Technik im Web. Die aufwendigsten Seiten sind oft Selbstdarstellungen internationaler Webdesign-Agenturen, die so ihr Können demonstrieren oder die virtuellen Flagshipstores der großen Lifestyle-Marken. Red Bull, Adidas oder Nike zielen auf ein junges, technikaffines Publikum, das mit aufwendigen Browser-Games oder Fun-Sport-Videos an die



Die Kreativszene liebt das von Daniel Eatock und Jeffery Vaska entwickelte CMS Indexhibit, man findet unzählige radikal reduzierte Interfaces nach dem Vorbild von danieleatock.com (links). Den Trend zur Räumlichkeit setzt barcinski-jeanjean.com ungewöhnlich um: Mit einer 3D-Brille kann man hier sogar dreidimensional Pong spielen.

The creative scene loves the CMS Indexhibit designed by Daniel Eatock and Jeffery Vaska. The web is full of interfaces based on danieleatock.com (left). barcinski-jeanjean.com turns the trend to spatiality into reality in an unusual manner: with a pair of 3D glasses you can even play 3D Pong here.

YES
I HAVE
3D GLASSES

NO
I DON'T HAVE
3D GLASSES



Marke gebunden werden soll. Die vielbeschworene multimediale Verschmelzung ist hier Realität. Doch so beeindruckend diese Seiten auch sind: Man wird sie wohl selten ein zweites Mal besuchen. Ihr Zweck ist zu eindimensional, zu sehr von kommerziellen Interessen gelenkt – und die Spiele sind oft nur einmal spannend.

Gestalterisch aber lässt sich hier deutlich ein Trend ablesen: Das Netz wird räumlich. Immer häufiger wird im Browser die Echtzeit-Berechnung von 3D-Graphiken eingesetzt. Möglich wird das unter anderem durch das Open-Source-Programm Papervision 3D, das mit dem Flash-Player kompatibel ist. Auch Google arbeitet mit O3D an einer eigenen Technik. Die inzwischen reibungslose Rotation von Objekten, Figuren und Schriften eröffnet neue Darstellungsmöglichkeiten für Daten- und Menüstrukturen oder eben Mini-Games. So können auf der Website zum Red Bull Flugtag selbstgebastelte Papierflieger in ein virtuelles Rennen geschickt werden, während bei Absolut Vodka die Seiteninhalte in einem dreidimensionalen Kistenstapel untergebracht wurden, der zum Auspacken einlädt. Noch viel spielerischer und leichter geht das Amsterdamer Designerduo Barcinski und Jeanjean mit der Papervision 3D Technologie um: Ihre Homepage (barcinski-jeanjean.com) lässt sich mittels Rot-Grün-Brille tatsächlich in der dritten Dimension bewundern, die Wartezeit beim Laden kann man sich mit einer Runde Pong in 3D verkürzen.

Während Branding-Websites in ihrer Struktur meist monolithisch sind, ist vielerorts im Netz die Gegenbewegung zu beobachten: Eine dynamische, rhizomatische Verknüpfung kleinerer Knotenpunkte, das Internet wird hier tatsächlich als Netz verstanden. Auch wenn die Web 2.0-Euphorie inzwischen einer nüchterneren Betrachtung gewichen ist, stößt man überall im Netz auf Kommentarfunktionen, Trackbacks, Tweets, Tag-Clouds, Empfehlungen, Kritiken und Social Bookmarks. Datenströme wie Flickr-Foto-Streams, User-Radios, Youtube-Kanäle oder schlichte RSS-Feeds lassen sich praktisch überall hinleiten, einbinden und anpassen. Twittersvision.com und flickrvision.com sind Beispiele für Mashup-Websites, die erst durch die offenen

Schnittstellen der großen Plattformen möglich werden. Derartige Zwitter und Fusionen werden sicher weiter an Bedeutung gewinnen. Statische Websites, die noch Seite für Seite mit HTML von Hand gestrickt sind und jeden Tag gleich aussehen, müssen auf die Generation Myspace wie ein antiquiertes Kuriosum wirken.

Die Ansprüche, die wir an eine Website haben, sind stark gestiegen – und eben nicht nur jene an die großen Plattformen, sondern auch die an Online-Portfolios. Die hohen Standards bezüglich der Einbindung von Rich-Media-Content und Web 2.0-Funktionalitäten machen es einzelnen Designern jedoch viel schwerer als früher, mit eigenen Innovationen aufzuwarten. Denn dafür braucht es solide Programmierkenntnisse – und die kann man sich nicht mal eben nebenbei aneignen.

Doch es gibt sie, die liebevoll gestalteten Designer-Websites, denen es gelingt, auch ohne High-Tech einen Erlebnisraum ins Netz zu stellen, der in Erinnerung bleibt. Eine Reihe spannender Seiten schwelgt (wie auch immer noch das aktuelle Grafikdesign) in einer Ästhetik des Handgemachten und Gebastelten – und macht so ihren technisch-funktionalen Hintergrund vergessen. So etwa grobgrafik.de, die Seite des Berliner Künstlerduos Various & Gould, die mit ausgerissenen Kartonteilen agiert. Hier werden Interface, Layout und gezeigte Arbeiten zu einem überzeugenden Gesamtkunstwerk verklebt. Auch die Webseite der Produktdesignerinnen Laura Strasser und Milia Seyppel ist von Pappe: Auf frenchknicker.de präsentieren sie ihre Werke in kunstvoll arrangierten Kartons – und die wurden nicht etwa 3D-gerendert, sondern im echten Raum auf Parkett installiert und fotografiert. Ebenfalls hochindividuell sind Seiten wie paperrad.com – allerdings in dem Sinn, dass sie als gezielte Angriffe auf die Sehgewohnheiten und den guten Geschmack konzipiert sind oder gleich alle Usability-Standards durch Anti-Design unterwandern. Auf immer mehr Seiten fühlt man sich in die Frühzeit des Internets zurückversetzt, als man mit grobgestrickten HTML-Optiken und wilden Low-Tech-Animationen hemmungslos ausprobierte, was alles technisch möglich war im Netz. So ist





Auf metropolis-media.com.pl präsentiert sich die polnische Kommunikationsagentur mit einer spaßig animierten Fotocollage aus Wolkenkratzen und Leuchtreklamen im Stil der zwanziger Jahre, dazu spielt Vintage-Jazz (links). Auch auf flag.cc türmt sich etwas auf: die Navigation im Scribble-Look führt durch das Portfolio des Zürcher Grafikdesignstudios (unten).

On metropolis-media.com.pl the Polish communications agency presents itself by means of a humorously animated photo collage of skyscrapers and 1920s-style neon advertising, to the sound of vintage jazz (left). There is also something towering up on flag.cc: the scribble-look navigation guides visitors through the Zurich graphic design studio's portfolio (below).

paperrad.org mit mutierten Zeichentrickfiguren in Fehlfarben und Epilepsie-evozierendem GIF-Gefflacker die digital gewordene Fortsetzung dessen, wogegen sich Steven Heller mit seinem Essay „Cult of the Ugly“ aufzulehnen versuchte. Ben Jones, der mit Jacob und Jessica Ciocci die Seite gestaltete, sieht das natürlich anders: „Animierte GIF-Bilder sind etwas Wunderschönes. Ich würde sagen, paperrad.org ist der ehrliche, intuitive Versuch, die Strukturen und Formen des frühen HTML auszureizen und gleichzeitig ein Interface zu schaffen, dass unsere künstlerische Arbeit reflektiert“ – und zwar mit einem klaren Ziel: „Ich hoffe, unsere Seite sagt den Leuten zumindest 'hi, don't worry be happy.'“ Der Aufwand für solche Seiten aber bleibt auch ohne aufwändige technische Spielereien immens.

Doch es gilt: Kein Trend ohne Gegentrend. Denn gerade professionelle Gestalter aus den klassischen Bereichen Produktdesign, Grafik, Fotografie und Illustration stellen im Grunde einen Spezialfall dar: Ihre Portfolios müssen nicht unbedingt durch technikgetriebene oder ästhetische Innovation glänzen, sondern vor allem durch die Individualität und Qualität ihrer analogen Arbeiten – schließlich sind sie keine Webdesigner. Bei ihnen erfreut sich seit kurzem das extrem zurückgenommene Content Management System Indexhibit großer Beliebtheit. Entwickelt vom britischen Konzeptkünstler und Designer Daniel Eatock und dem Programmierer Jeffery Vaska dient Indexhibit als „archetypische, unsichtbare Website“. Das CMS steht frei zur Verfügung, die einzige Bedingung für die Nutzung ist ein Hinweis auf die Website indexhibit.org. Das Interface wurde bis auf das absolute Minimum reduziert, sichtbar ist nur eine schmucklose Navigationsleiste am linken Bildschirmrand. „Wir haben es weniger gestaltet, sondern eher aus den Funktionen abgeleitet. Das Ziel war ein einfaches und praktisches System zur Anzeige von Inhalten zu entwickeln“, sagt Eatock. Wer das CMS nutzt, signalisiert dem Betrachter ganz klar: Hier geht es einzig und allein um die gezeigten Arbeiten. Keine Spielereien. Selbst Ben Jones hat seine persönliche Website mit Indexhibit gebaut: „Ich weiß eigentlich gar nicht,





Wohin man auch klickt, irgendetwas passiert sicher: resn.co.nz, die Website einer jungen neuseeländischen Agentur für Interactive Design, ist ein Feuerwerk aus märchenhaft-kitschigen Motiven, Effekten und Collagen.

Wherever you click, something is bound to happen: resn.co.nz, the website of a young New Zealand agency for interactive design, is an explosion of magical, kitschy motifs, effects, and collages.



warum ich Indexhibit benutze, aber ich glaube, das ist genau der Punkt: Es ist für Leute gemacht, die sich keine Gedanken machen wollen.“ Ein anderer bequemer Weg sind Webdesign-Baukästen, die es, oft kostenlos, in allen erdenklichen Dimensionen gibt, vom schlichten Einsteiger-Set der Provider bis hin zu komplexen Open Source Content-Management-Systemen (CMS) wie Drupal, Typo3 oder Wordpress. Ihre Vorlagen gehen weit über ein Basisgerüst, wie es Indexhibit bietet, hinaus. Entgegen dem großen Designparadigma des 20. Jahrhunderts wird mittels der Baukastensysteme eine Trennung von Inhalt, Form und Funktion vollzogen. Alle drei Grundelemente liegen separat vor und können nach Belieben kombiniert werden. Diese extreme Modularität erlaubt eine asynchrone Arbeitsteilung von Programmierer, Designer und Autor. Für alle Elemente, seien es technische Module oder gestalterische Themes und

Templates, gibt es riesige, frei zugängliche Bibliotheken. Viele Webdesigner spezialisieren sich mittlerweile auf die Gestaltung von Themes und Templates – und bestimmen damit das Aussehen des Webs fundamental.

Die technische Standardisierung durch solche modularen Systeme ist in aller Regel ein Fortschritt für Usability und Accessibility, sagt Webdesigner Malte Christensen, der auch das Design-Weblog Kopfbunt führt. Er tritt dafür ein, sich im Webdesign als Designer zurückzunehmen und von exaltierten Experimenten abzusehen: „Designer sollten sich nicht in den Mittelpunkt stellen und durch unnötiges Abweichen von erlernten und etablierten Konventionen mögliche Besucher einer Seite verwirren und abschrecken.“ Auch Indexhibit-Macher Eatock sieht die Sache eher pragmatisch: „Gute Templates sind eine tolle Sache, weil sie eine sehr ökonomische und effektive Möglichkeit sind, sich auf die



Spielerisch: Die Produktdesignerinnen Laura Strasser und Milia Seyppel stapelten für ihr Portfolio frenchknicker.de ihre Umzugskartons (links). Klickt man sich auf der Seite mariohugo.com durch die Projekte des Designers, erscheint anstelle der Textzeilen nach und nach ein Bild (unten).

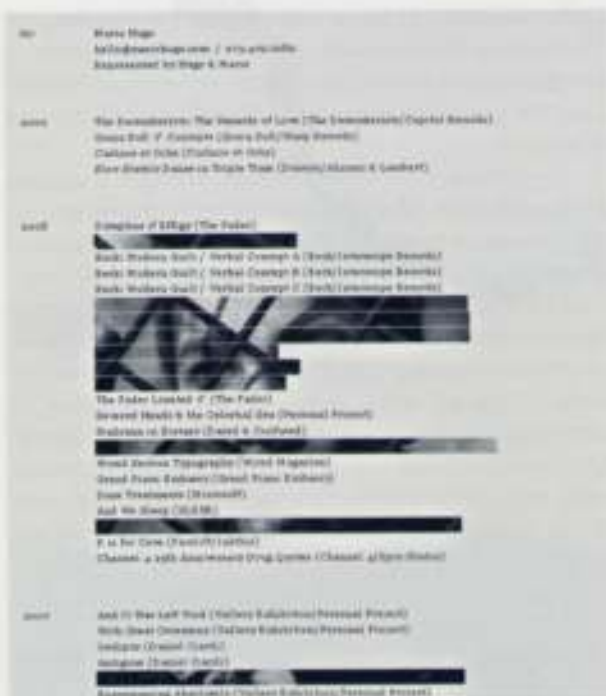
Simply playful: The product designers Laura Strasser and Milia Seyppel stacked their removal boxes for their portfolio frenchknicker.de (left). If you click on mariohugo.com through the designer's projects an image gradually appears instead of the lines of copy (below).

Inhalte zu konzentrieren statt auf die Art der Darstellung". Für Designer, die sich eine Portfolio-Website bauen wollen, scheint es also mittlerweile wenig sinnvoll, bei der Gestaltung von Null anzufangen, wenn doch so vieles bereits fertig bereitsteht. Ob grau und schlicht oder kitschiger Romantik-Look: Jede Variante ist nur einen Klick entfernt. Der Prozess fühlt sich ein wenig an wie eine Kostümprobe, schnell schlüpft man von einem Gewand in das nächste.

Doch die Gefahr bleibt groß, sich in dem Überangebot fertiger Designs zu verlieren – und sich vor allem die Gestaltung völlig aus der Hand nehmen zu lassen. Barbara Junge, Professorin für Digitale Medien an der Kunsthochschule Berlin Weißensee, blickt denn auch sehr skeptisch auf solche Lösungen von der Stange: „Das Netz ist hässlich“, sagt sie, und die kreative Selbstbeschränkung durch leichtfertigen Einsatz von Themes und Templates trage nicht gerade dazu bei, hier Abhilfe zu schaffen. Stattdessen sollten Designer für sich in Anspruch nehmen, die Interaktionsprozesse als Ganzes visionär zu gestalten. Deutlicher drückt es Ben Jones aus: „Wordpress-Templates nerven alle ziemlich. Templates und Redaktionssysteme kommen und gehen, aber man hat immer die Möglichkeit, sie auf eine kreative Art zu nutzen – oder zu missbrauchen. Ich finde, man sollte sich auf seine Kreativität konzentrieren. Templates sind ungefähr so wichtig wie Toilettenpapier. Man sollte sie einfach nur als Werkzeug behandeln.“

The trend on the Net is that there are no trends, or so many people claim. Current web design, however, proves to be a matter of extreme opposites: On the one hand, you are greeted with multimedia fireworks, on the other, by extremely low-tech sites. While some are busy creating artistically innovative sites, others make use of off-the-shelf modules. Anyway: The trend in web design is going to the extreme.

There is probably no field of design which is subject to such rapid change as web design. Driven by ever-new technical possibilities, and user attention spans that are constantly



becoming shorter, design online is forever having to redefine its position between the creative desire for innovation and the wish for standardization. If you wish to gain an idea of state-of-the-art design and technology it is worth taking a look at the major big annual web design awards – the Webby Awards (webbyawards.com) and the Favorite Website Award (fwa.com). One approach that is strongly in evidence is going all-out, exhausting all the technical possibilities, opting for an innovative GUI and integrating the very latest technology on the web. The most complex sites are often those of the international web design agencies themselves, who seize the chance to demonstrate their skills in this way. Or the virtual flagship stores of large lifestyle brands, such as Red Bull, Adidas and Nike who target a very young, technically savvy public and seek to ensure brand loyalty by deploying elaborately produced browser games and fun sport videos. Here, the multimedia merger that the pundits keep talking about is already a reality.



Actio und reactio: Auf der vom Designbüro Claudiabasel gestalteten Seite web.fhnw.ch/hgk/imd/diplom/09 (FH Nordwestschweiz) hinterlassen Besucher mit jeder Bewegung des Cursors unaufgefordert ihre Spuren (links). Auch die Seite des Grafikdesigners Yugo Nakamura, yugop.com, setzt auf individuelle Interaktion (rechts).

Actio and reactio: On web.fhnw.ch/hgk/imd/diplom/09 (FH Nordwestschweiz), created by Claudiabasel visitors leave their traces with every movement of the cursor (left). The graphic designer Yugo Nakamura's site yugop.com is also based on individual interaction (right).

But as impressive as these sites may be, you probably will not often look at them a second time. Their purpose is overly one-dimensional, mainly trammled to commercial interests – and the games are likewise usually only exciting the first time round.

However, from a design perspective there is a clearly discernible trend here: The Internet is becoming spatial. With increasing frequency browsers rely on real-time computation of 3D graphics. This is possible, among other things, thanks to Papervision 3D, an open-source program compatible with Flash Player. Google is also working on a proprietary technology using O3D. The now smooth rotation of objects, figures and letters opens up new opportunities for presenting data and menu structures or even mini-games. And thus on the web site on Red Bull Flight Day self-made paper darts can be sent in a race through virtual space, while at Absolut Vodka the content of the site is assembled in a three-dimensional stack of boxes which invites you to unpack them. Barcinski and Jeanjean, an Amsterdam designer duo, take a lighter, more playful approach with Papervision 3D technology: Their homepage (barcinski-jeanjean.com) can truly be admired in the third dimension by means of 3D glasses; you can while away the download waiting time by playing a round of 3D Pong.

While branding web sites are mostly monolithic in structure, in many places on the Net the opposite movement is to be witnessed: A dynamic rhizome-like linkage of smaller junction points, the Internet can really be understood here as a network. Even though Web 2.0 euphoria has now yielded to a little more sober consideration all over the Net you come across comment functions, Trackbacks, Tweets, Tag Clouds, recommendations, critiques and social bookmarks. Flickr Photo Streams, user radios, Youtube channels or RSS feeds can guide, connect, adjust and reorganize almost anywhere. twitvision.com and flickrvision.com are vivid examples of large platforms as hybrids and mash-ups, that will surely gain in importance. For the Myspace generation static web sites that are still pieced together page for page with HTML and look the same every day must appear like antiquated curios. We all have come to expect a whole more from web sites – and not just those on large platforms,

also those with online portfolios. The high standards for integration of rich media content and Web 2.0 functionality make it much more difficult for individual designers to come up with their own innovations because this requires solid programming knowledge – which is not something you can just pick up on the side.

That said, they do exist, the lovingly created designer web sites which succeed in putting a memorable, personal experience space online without resorting to high-tech and 3D. A range of exciting web sites bask (just like the current graphic design) in a handmade, handcrafted aesthetic so that you forget about their technical, functional background. A good example is grobgrafik.de, the web site of Berlin artist duo Various & Gould, who work with pieces of cardboard they have torn out. Interface layout and the work presented are stuck together to form a convincing piece of art. The web site of product designers Laura Strasser and Milia Seyppel is also a cardboard affair: At frenchknicker.de they present their works in artistically arranged cardboard boxes – bereft of any 3D rendering and installed in real space on a wooden floor and photographed. web sites such as paperrad.org are likewise highly individual – in the sense that they are construed as targeted attacks on our way of seeing and good taste or due to the fact they infiltrate all usability standards through anti-design. Ever more frequently you feel like you are being relegated to the early days of the web when you uninhibitedly tried out everything that was technically possible with chunky HTML visuals and wild, low-tech animations. With its epilepsy-evoking GIF flickering and mutated cartoon figures in the wrong colors, paperrad.org, for example, is the digital continuation of what Steven Heller tried to rebel against in his essay "Cult of the Ugly." Ben Jones who designed the web site together with Jacob and Jessica Ciocci has a different view of course: "The animated GIF is a beautiful thing. I think paperrad.org is an honest intuitive creative attempt to stretch the formal structure and themes of early HTML while at the same time using this interface to deliver our artistic content." Moreover, it has a clear aim: "I hope paperrad.org says at least 'hello, don't worry be happy'." The work which goes into such web sites however remains immense.



Fusion: Auch laura-bernhardt.de (links), die Webpräsenz der deutschen Produktdesignerin, zitiert die Ästhetik des frühen HTML in Form, Struktur und Farbe – folgt aber gleichzeitig auch dem Trend zur Reduktion.

Fusion: laura-bernhardt.de (left), a German product designer's website, quotes the aesthetics of the early HTML in form, texture, and color – at the same time it follows the trend to reduction.

But it's true: No trend without a countertrend. In particular, professional designers from the classical fields of product design, graphics, photography and illustration are, in principle, a special case: Their portfolios do not necessarily have to radiate with technology-driven or aesthetic innovations, but above all through their individuality and the quality of their analogous works – after all, they are not web designers. Recently the extremely subdued Indexhibit content management system has been very popular with them. Developed by British conceptual artist and designer Daniel Eastock and programmer Jeffrey Vaska, Indexhibit serves as an "archetypal, invisible web site." The CMS is freely available, the only condition for using it is a note on the web site indexhibit.org. The interface has been reduced to the absolute minimum, all that is visible is an unadorned navigation bar at the left side of the screen. "It was not designed but derived to form a common and practical system of display," says Eastock. If you use it you clearly signalize to the viewer that the only thing that counts here are the works on show. No playing around. Even Ben Jones from paperrad made his personal web site with Indexhibit: "I don't know why I use it but I think that is the point: it's made for people who don't want to think about what they are doing."

Another comfortable route is web design building blocks which are usually available for free in any imaginable dimensions – from a simple starter kit from the provider to complex open source content management systems (CMS) such as Drupal, Typo3 and Wordpress. Their templates go way beyond the basic framework made available by programs such as Indexhibit. In contrast to the great design paradigms of the 20th century, a division is created between content, form and function by means of a modular system. All three basic elements exist separately and can be combined as desired. This extreme modularity allows an asynchronous work division between programmer, designer and author. For all elements – be they technical modules or creative themes and templates – there are large, free-access libraries. Many independent web designers now specialize in designing themes and templates – thus fundamentally determining the look of the web. The technical standardization achieved by such modular systems is generally a step

forward in terms of usability and accessibility, says web designer Malte Christensen, who runs the design weblog kopfbunt. He clearly advocates that the designer draw back in web design and forego exalted experiments: "Designers shouldn't put themselves in the limelight and by digressing unnecessarily from what they have learnt and established conventions confuse and frighten off possible visitors to the site." Indexhibit maker, Eastock, has a decidedly pragmatic view: "If the template is good then it's great, a very economical and efficient way of focusing on the content rather than its display."

For designers who want to assemble a portfolio web site it now seems to make little sense to start the design from scratch when there is so much already available. Be it gray and simple or a kitsch romantic look, every version is just a click away. The process feels something like trying on clothes, where you slip from one outfit into the next.

There remains a great danger of getting lost in the overabundance of finished designs – and losing the reins of the design completely. Barbara Junge, Professor of Digital Media at Art Academy Berlin Weissensee, is very wary of the off-the-rack solutions. "The Net is ugly," she says and the creative self-limitation entailed in a frivolous use of themes and templates does not exactly help in this matter. Instead, designers should call upon themselves to design the interaction process as a whole and in a visionary way. Jeffery Vaska also limits the selection of themes and templates, saying "A good template leaves room for improvisation too." Ben Jones takes a more radical approach: "Wordpress templates pretty much all suck. But while templates and backends come and go there will always be creative ways to use or misuse them. I think the creativity should be the focus, and the template should be as useless as the advanced soft microfibre toilet tissue one uses after defecating. If you can get them to work, that's great, but let's treat them as tools."