

WHOSE TERRITORY?



Zum
Verhältnis
von
Kunst und
Design



Katrin Menne

WHOSE TERRITORY?



Zum
Verhältnis
von
Kunst und
Design



Katrin Menne


Vorgelegt am 14. Januar 2010 als Masterthesis im
Studiengang Master of Arts in Creative Direction
an der Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung.

INHALT



1	Einleitung	7
1.1	Fragestellung	10
1.2	Methode: Design Thinking	11
1.3	Forschungsstand	12
1.4.1	Der Designbegriff und die Schwierigkeiten einer klaren Definition	14
1.4.2	Der Begriff des Autoredesigns	15
2	Historische Skizze: Die Annäherung von Kunst und Design als Folge der Moderne des 20. Jahrhunderts	19
3	Standpunkte zum Verhältnis von Kunst und Design	
3.1	Angst vor Design. Hierarchievorstellungen von Kunst und Design am Beispiel des Künstlers Donald Judd	23
3.2	In Betracht gezogen. Künstler definieren ihr Verhältnis zum Design neu	26
3.3	Gibt es eine Grenze? Aktuelle Selbstbeschreibungen von Designern	31
3.4	Das heutige Rollenverständnis von Künstlern und Designern aus Sicht von Kritikern und Theoretikern	33
4	Die Veränderung des Kunstmarktes seit dem Jahr 2000	41
4.1	Die Etablierung und Preissteigerung im Segment »Design Art«	41
4.2	Käufer und Trends	45
4.3	Musealisierung von Design und die Auswirkungen auf den Markt	48
4.4	Zum veränderten Verhältnis von Kunstmarkt und Kunstsystem	51
4.5	Die aktuelle Situation: Kunstmarkt und Finanzkrise 2008/09	51
4.6	Zustand und Zukunft der Kreativwirtschaft	53
5	Was gilt noch? Differenzierungskriterien zwischen Kunst und Design und der Kunstbegriff in Niklas Luhmanns Systemtheorie	59

INHALT



6	Fallbeispiel Droog Design: Netzwerk mit Programm	65
6.1	Form Follows Function und Form Follows Concept. Die Entwicklung konzeptueller Gestaltung am Beispiel von Droog Design	67
6.2.	Konzeptkunst und konzeptuelles Design	70
6.3.1	Do Create	72
6.3.2	Do Hit Chair	72
6.4	Konzeptdesign und Conceptual Age	77
7	Fallbeispiel Tobias Rehberger 1: Design und Designprozesse als Thema und Methode in der Kunst	83
8	Fallbeispiel Front: Design und Performativität	91
8.1	Sketch Furniture	91
8.2	Ästhetische Konzepte von Front: Performativität und Experiment	92
8.3	Performance und Video als Form der Beobachtung	93
8.4	Front: Gedanken zu Experiment, Technik und Zukunft	97
9	Fallbeispiel Tobias Rehberger 2: Can you use it? Yes, you can!	101
9.1	Kunst und Nutzbarkeit	105
9.2	Die Macht des Kunstkontextes	106
10	Fazit	111
10.1	Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf die Zukunft der Kreativwirtschaft	111
10.2	Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf den theoretischen Diskurs	112
10.3	Zum Verhältnis von Kunst und Design: Inhaltliche Kritik	114

1



Einleitung

- 1.1 Fragestellung
- 1.2 Methode: Design Thinking
- 1.3 Forschungsstand
- 1.4.1 Der Designbegriff und die Schwierigkeiten einer klaren Definition
- 1.4.2 Der Begriff des Autorendesigns

Das Verhältnis von Kunst und Design ist in den letzten Jahren verstärkt diskutiert worden. Von einer Annäherung der Disziplinen war die Rede, von Crossover, Design Art, Autoren- und Kunstdesign. Die Frage, ob es noch eine Grenze zwischen den Disziplinen Kunst und Design gibt, und anhand welcher Kriterien diese gezogen werden könnte, hat zu viel Verwirrung und einer Grauzone zwischen den herkömmlichen Territorien von Kunst und Design geführt. So folgert beispielsweise die Autorin Juliana Schwager-Jebbink in dem Aufsatz »Objekte zwischen Kunst und Design«, die Zitronenpresse Juicy Salif des Produktdesigners Philippe Starck aus dem Jahr 1990 müsse nun Kunst sein: »Anfänglich als Gebrauchsgegenstand angepriesen, mutierte sie – da für das Pressen von Zitronen eher ungeeignet – zum Kunst- und Kultobjekt.«¹

Mit dem Kult- oder Lifestyleobjekt mag Schwager-Jebbink Recht haben. Aber ist der Zusammenhang mit Kunst wirklich so einfach herzustellen? Macht die Tatsache, dass ein Ding beliebt, aber nur eingeschränkt gebrauchsfähig ist, es einfach zur Kunst?

Man stelle sich den Besitzer des Objekts vor, der freudig erregt darüber, dass das gekaufte Produkt seinen Zweck nicht erfüllt, selbiges auf dem häuslichen Wohnzimmertisch aufstellt, frei nach dem Motto: »Es taugt zu nichts, also lasst uns das Haus damit schmücken!« Weiter schlägt die Autorin vor, kunstaffine Konsumenten könnten sich die Presse auch einfach an Stelle von Kunst (beispielsweise an Stelle der Skulpturen der Künstlerin Louise Bourgeois) kaufen. Die Form sei schließlich ähnlich, das Objekt dahingegen sehr viel preisgünstiger.²

Die Zugehörigkeit eines Objektes zur Kunst müsste demnach nicht intendierte sein, sondern würde im Gebrauch des Gegenstandes durch den Nutzer verwirklicht. Aber kann diese Umdeutung, die bewusste Rezeption durch den Betrachter selbst den Gegenstand zur Kunst machen? Eine Readymade-isierung im eigenen Heim sozusagen? Damit hätte der Designer Philippe Starck etwas vollbracht, was dem Künstler Marcel Duchamp bis heute versagt geblieben ist: Er hätte die radikalsten Ideen der modernen Kunst in die bürgerlichen Wohnzimmer dieser Welt gebracht. An sich eine verlockende Idee mit allerlei emanzipatorischen Anteilen, aber funktionieren Kunst und Design nach derartigen Mechanismen? Braucht es nichts weiter als einen selbstbestimmten Betrachter? Aber auch: Ist dies die einzige Frage, die sich uns angesichts von ungewöhnlichem Design stellt? Ob es Kunst ist? Ist es nicht vielleicht interessanter zu untersuchen, auf welche Weise gestaltet und mit Objekten umgegangen wird? Wie betrachten Künstler und Designer das Verhältnis zwischen Kunst und Design? Und wie wird es von der Kunstkritik bewertet? Gibt es wirklich keinerlei Kriterien zur Unterscheidung mehr? Oder anders gefragt: Worin beruht denn eigentlich die viel beschworene Annäherung der Disziplinen? Auf welche Weise kommen sich Kunst und Design näher? Und in welchem historischen Zusammenhang steht diese Entwicklung?

All diesen Fragen soll im folgenden Text nachgegangen werden, um das aktuelle Verhältnis von Kunst und Design zu beschreiben und die Zusammenhänge zu entdecken, unter denen die Konvergenz der Disziplinen stattfindet.

¹ Schwager-Jebbink, Juliana: Objekte zwischen Kunst und Design; in: Handelszeitung 5.11.2008.

² Vgl. ebd.

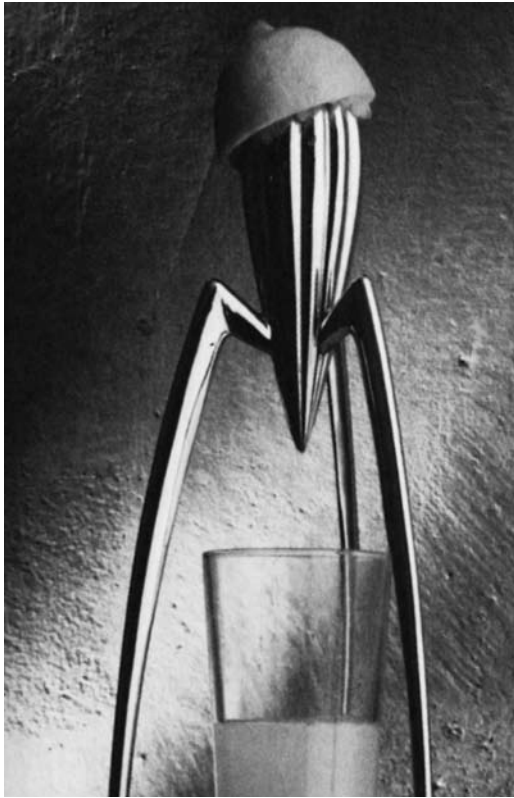


Abb. 1: Philippe Starck, Juicy Salif, 1987, Gussaluminium, H 29 cm
© Alessi



Abb. 2: Louise Bourgeois, Maman, 1999, Bronze, H 9 m, Ottawa, Ontario Kanada

1.1 Fragestellung

Die folgende Arbeit hat das gegenwärtige Verhältnis von Kunst und Design zum Thema und beschäftigt sich in diesem Zusammenhang mit Rolle und Funktion des zeitgenössischen Autoredesigns. Verschiedene Meinungen gehen davon aus, dass sich die Grenzen zwischen Kunst und Design heute in Auflösung befinden oder zumindest neu konfigurieren. Zu den Vertretern dieser Meinung zählen im deutschsprachigen Raum u.a. Karola Krauss, Leiterin der staatlichen Kunsthalle Baden-Baden, Werner Lippert und Petra Wenzel, Leiter des NRW-Forums Kultur und Wirtschaft Düsseldorf oder Markus Brüderlin, Direktor des Kunstmuseum Wolfsburg.³ Welche Faktoren bei der Annäherung von Kunst und Design eine Rolle spielen und in welcher Art und Weise diese Entwicklung vonstatten geht, wird in den folgenden Kapiteln Gegenstand der Untersuchung sein.

Die Annäherung von Kunst und Design ist aus historischer Sicht nichts Neues. Die vorliegende Arbeit stellt jedoch die These auf, dass die gegenwärtige Entwicklung sich gravierend von den programmatischen Forderungen nach einer Vereinigung der Disziplinen, wie sie beispielsweise vom deutschen Bauhaus oder der holländischen Künstlergruppe De Stijl gefordert wurde, unterscheidet. Es kann davon ausgegangen werden, dass sie somit auch andere Bedeutungen für Kunst, Design und Theorie entwickelt und in anderer Weise auf die Disziplinen zurückwirkt.

Neu ist die Tatsache, dass eine Annäherung in verschiedenen Bereichen, aus verschiedenen Gründen und auf unterschiedliche Arten stattgefunden hat. Mit den Recherchen für diese Arbeit stellte sich heraus, dass:

- es 1. Veränderungen im Kunstsystem gegeben hat, die Kunst und Design heute anders zueinander in Kontext setzten, als dies noch vor ein paar Jahren der Fall war. Es soll sowohl der von der Kunstkritik ausgehende Bewertungsdiskurs der Disziplinen wie auch die Positionierung von Künstlern und Designern zueinander untersucht werden.
- sich 2. der Kunst- und Designmarkt ca. seit dem Jahr 2000 entscheidend verändert haben. Unter neuartigen ökonomischen Rahmenbedingungen hat sich auch das Verhältnis von Kunst und Design gewandelt, wobei sich besonders die gesellschaftliche Rolle von Design aufgrund neuer Wertzuschreibungen des Marktes verändert hat.
- sich 3. die Arbeitsweise sowohl von Künstlern wie auch Designern verändert hat. Es soll untersucht werden, auf welche Weise Methoden und Strategien aus der jeweils anderen Disziplin übernommen wurden und wie sich dies auf die gesellschaftliche Funktion der Arbeiten auswirkt. Ausgehend vom Kunstbegriff, wie ihn Niklas Luhmann in »Die Kunst der Gesellschaft«⁴ entwirft, soll aufgezeigt werden, dass (Autoren-)Design heute ähnliche Merkmale, Funktionsweisen und Bedeutungen entwickelt, wie es in der Kunst der Fall ist.

Die folgende Arbeit soll aktuelle Informationen bündeln und miteinander verknüpfen und die Entwicklung aus verschiedenen Perspektiven beleuchten. Der inhaltliche Diskurs sowie existierende Bewertungshierarchien sollen aufgezeigt und einige Arbeiten exemplarisch analysiert werden, und auch der Begriff des Autoredesigns soll im Zusammenhang mit den beschriebenen Entwicklungen näher betrachtet werden.

3

Vgl. Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, NRW-Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf, Düsseldorf 2009.

Vgl. Brüderlin, Markus/Lütken, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, Kunstmuseum Wolfsburg 2008.

Vgl. Krauss, Karola: Vorwort, in: Entre deux actes – Loge de comédienne, Staatliche Kunsthalle Baden-Baden 2009.

4

Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1995.

Da die Annäherung von Kunst und Design in den letzten 20 Jahren vor allem in der beispielhaften Auseinandersetzung im Bereich des Interieurs stattgefunden hat, werden im letzten Teil dieser Arbeit auch drei solcher Projekte besprochen werden.

1.2 Methode: Design Thinking

Ziel des Studiengangs MA Creative Direction an der Fachhochschule Pforzheim ist es, die kreativen, intuitiven und emotionalen Fähigkeiten von Designern um Kompetenzen in Analyse, Strategie, Organisation und Reflexion sowie ökonomische Betrachtungsweisen zu erweitern. Die Studenten sollen dazu angeregt werden, »anders« zu denken. »Design is a set of principles and ways of thinking that help us to manage and create in the material world. It values creativity as much as analysis. It is a way of seeing and painting a new, bigger picture«⁵, sagt Harry West über die Ideen des Design Thinking, die im Studiengang zum Tragen kommen.⁶ Bei Design Thinking handelt es sich um einen relativ jungen Denkansatz, der von den Professoren David Kelley, Terry Winograd und Larry Leifer an der Stanford University entwickelt wurde, seit 2005 dort gelehrt wird und momentan stetig an Bedeutung gewinnt. So sind allein im Jahr 2009 fünf Publikationen, vier davon in englischer Sprache, zu diesem Thema auf den Markt gekommen.⁷

Die Idee des Design Thinking geht davon aus, dass die heutigen Entwicklungen und Ereignisse so komplex sind, dass das Methodenwissen einer speziellen Disziplin nicht ausreicht, um sie zu beschreiben, zu analysieren oder angemessene Handlungsvorschläge zu machen. »Der Fokus liegt (nun) vermehrt auf einem strukturierten Verknüpfen von Zusammenhängen verschiedenster Gebiete.«⁸

Diese Vorgehensweise ist den regulären Arbeitsmethoden von Designern bereits immanent. So verlangt der Beruf des Designers ein Verknüpfen verschiedenster Kompetenzen wie Kommunikation mit dem Kunden, Verstehen und Analyse der Aufgabe, ein Erarbeiten kreativer Lösungen sowie eine Anwendung dieser Lösungen auf die neuesten Technologien und Materialien. Wissen und Methoden werden dabei interdisziplinär angewendet. Designer müssen außerdem soziale und gesellschaftliche Entwicklungen beobachten und interpretieren, um zukunftssträchtige, neu- und andersartige Lösungsansätze entwickeln zu können. Design kann also als Tätigkeit verstanden werden, die »etliche akademische, ökonomische, ökologische, wissenschaftliche und künstlerische Einsichten, Wissensbereiche und Ansichten produktiv mit den alltäglichen Prozessen und Erfahrungen von Artefakten, Systemen und Prozessen«⁹ verbindet.

Design Thinking bietet sich somit auch als Methode an, um Entwürfe und Gestaltungsprozesse analysieren, reflektieren und bewerten zu können. In der Erforschung von Design könnte die Sensibilität für visuelle Phänomene, die ebenfalls zu den Kernkompetenzen von Designern gehört, wissenschaftlich genutzt werden.

Ansatz dieser Arbeit ist es, die interdisziplinäre Methode des Design Thinking auf den akademischen Bereich zu übertragen und die

5

West, Harry: The Cross-Discipline Design Imperative; in: BusinessWeek Special Report 04.10.2007: http://www.businessweek.com/innovate/content/oct2007/id2007104_562559.htm, geöffnet am 07.11.2010.

6

Vgl. Bestelmeyer, Nina: Design Thinking & Education. Designausbildung unter neuen Vorzeichen, Masterthesis im Studiengang MA Creative Direction an der Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung SS 2008, betreut von Ansgar Häfner, Jürgen Goos.

7

Ambrose, Gavin/Harris, Paul: Basics Design: Design Thinking, AVA Academia, Lausanne 2009.
Brown, Tim: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, HarperCollins Publishers, New York 2009.
Martin, Roger L.: Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage, Harvard Business Press, Boston 2009.
Plattner, Hasso/Meinel, Christoph/Weinberg, Ulrich: Design-Thinking, mi-Wirtschaftsbuch, München 2009.

8

Bestelmeyer, Nina: Design Thinking & Education. Designausbildung unter neuen Vorzeichen, 2008, Seite 76.

9

Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, Erhoss, Michael/Marshall, Tim (Hrsg.), Birkhäuser Verlag AG, Basel 2008, Seite 91.

Konvergenz von Kunst und Design aus unterschiedlichen Perspektiven zu untersuchen sowie Theorien miteinander in Verbindung zu bringen, die sonst in der Regel innerhalb der Grenzen ihrer Fächer bleiben. Gemeint sind hier sowohl kunst- und designhistorische Ansätze, ebenso wie marktwirtschaftliche Fakten, kombiniert mit Theorien der Soziologie, Managementtheorien und Arbeitsmarktanalysen. Der Ansatz des Design Thinking bietet sich gerade für eine Untersuchung wie die vorliegende an, da auch das Crossover der Fachrichtungen Kunst und Design interdisziplinäre Aspekte aufweist.

1.3 Forschungsstand

»Design und Kunst sind nur in ihrem Verhältnis adäquat zu bestimmen, das heißt die Kunst des Möglichen und die Kunst des Unmöglichen verweisen so aufeinander, daß eine Isolierung gegeneinander das Doppelproblem bereits im Ansatz verfehlt hätte.«¹⁰

Die Recherche zeigt, dass die Forschung zur zeitgenössischen Annäherung von Kunst und Design trotzdem dürftig ist. Zwar wird viel von der Aktualität, Wichtigkeit und Popularität des Themas berichtet, ein genauer Blick zeigt jedoch, dass nur selten umfangreiche Forschung stattgefunden hat. Die meisten der Informationen beziehen sich aufeinander oder lassen sich aus jüngsten Berichten von Fachmagazinen wie »Art. Das Kunstmagazin« oder »designreport« zusammenstellen.

Alex Coles, Autor des Buches »Design Art. On art's romance with design«¹¹, bemängelt trotz umfangreicher Ausstellungen in großen Museen wie »What if? Art on the Verge of Architecture and Design« (Moderna Museet, Stockholm 2000), »Against Design« (Institute for Contemporary Art, University of Pennsylvania, Philadelphia 2002), »Beau-Monde. Toward a Redeemed Cosmopolitanism« (Site, Santa Fe 2001–02) und »Trespassing: Houses x Artists« (MAK, Center for Art and Architecture, Los Angeles 2003) einen Mangel an theoretischer Reflexion des Phänomens auch für den englischsprachigen Raum: »Despite these exhibitions, extended critical commentaries on the trend have been noticeably lacking.«¹² Und auch in etwas jüngeren Büchern mit verheißungsvollen Titeln wie »Design ist keine Kunst«¹³ ist wenig über das Verhältnis der Disziplinen zueinander zu finden.

Es ist zudem auffällig, dass das Phänomen beinahe ausschließlich aus kunsthistorischer Sicht untersucht wird, woran auch aktuelle Themenausgaben einzelner Magazine wie dem »designreport«¹⁴, oder die jüngste Publikation von Büchern wie »Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel«¹⁵ nicht viel ändern. Interessant ist in diesem Zusammenhang außerdem, dass in beinahe allen konsultierten Büchern (Alex Coles: »Design Art« 2005, NRW Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf: »UFO – Grenzgänge zwischen Kunst und Design« 2009, Staatliche Kunsthalle Baden-Baden: »Entre deux actes – Loge de comédienne« 2009, Museum Abteiberg Mönchengladbach: »Strange I've seen that face before« 2006) die überwiegende Anzahl der besprochenen und reflektierten Arbeiten von Künstlern und nicht von Designern waren.

10

Kamper, Dietmar: Die Kalibrierung der Apoplexie – Über Kunst und Design, in: Global Fun. Kunst und Design von Mondrian, Gehry, Versace und Friends, Hatje Cantz Verlag, Ostfildern 1999, Seite 96.

11

Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, Tate Publishing, London 2005.

12

Ebd., Seite 8.

13

Brandes, Uta: Design ist keine Kunst. Kulturelle und technologische Implikationen der Formgebung, Lindinger + Schmid Verlag BdBR, Regensburg 1998.

14

designreport. Schwerpunkt Kunst + Design, 5/2009.

15

Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, Birkhäuser Verlag AG, Basel 2009.

Unter »Grenzgängern« verstehen die Kuratoren und Kritiker von heute anscheinend immer noch einen klassischen Künstler. Beinahe revolutionär mutet es hier schon an, wenn einer dieser Künstler früher einmal Tischler war, wie Richard Artschwager beispielsweise, oder Designerin, wie Janette Laverrière. Aktuell einflussreiche Personen wie Marc Newson, der leichtfüßig zwischen den Disziplinen wechselt, oder Arbeiten von Designern wie Maarten Baas, Droog, Front, den Campagna Brüdern oder Studio Job – allesamt Designer oder Designgruppen, die im Kontext der Konvergenz der Disziplinen arbeiten – werden zwar erwähnt, jedoch oft nicht weiter untersucht. Denn Design scheint im Diskurs der Kunst oft lediglich als Form- oder Nutzaspekt eine Rolle zu spielen. Design wird hier lediglich als Rahmen, als Kontext für Kunst verwendet, jedoch nicht in seinen Eigenheiten, Funktionen, Strukturen, Diskursen oder Entwicklungen inhaltlich in den Diskurs hybrider Werke mit einbezogen.

Obwohl zugestanden wird, dass die Grenzen zwischen den Bereichen durchlässiger werden, halten Kritiker wie Wolfgang Lippert¹⁶ oder Alex Coles¹⁷ an einer grundlegenden Unterscheidung zwischen Kunst und Design fest – ohne allerdings eine Differenz zu benennen.

Aus dem Vorangegangenen lässt sich daher schließen, dass es im Gespräch um eine Annäherung der Disziplinen, die von beiden Seiten stattfindet, paradoxerweise keinen gleichberechtigten, interdisziplinären theoretischen Diskurs gibt: Designkritiker bleiben bei Designern, Kunstkritiker bleiben bei Künstlern. Dabei könnte doch beispielsweise die Auseinandersetzung mit künstlerischen Reflexionen von Design interessante Aspekte für eine Designtheorie oder -kritik beinhalten, ebenso wie umgekehrt die Untersuchung aktueller Designpositionen Auskunft über den Status quo der Kunst geben könnte. Die Auseinandersetzung mit der jeweils anderen Disziplin wäre darüber hinaus nötig, um von Seiten der Kunst- oder Designtheorie eine grundlegende Bestimmung der Begriffe von Kunst und Design leisten und mögliche Differenzen oder auch strukturelle Ähnlichkeiten tatsächlich benennen zu können. Von Unterschieden wird zur Zeit grundsätzlich ausgegangen, ohne funktionale Differenzen bezeichnen zu können. Denn ein Teil der Unklarheiten besteht sicher in den sehr offenen Begriffskonzepten sowohl von Kunst als auch von Design.

Im Falle der Kunst wird in der vorliegenden Untersuchung auf die funktionalen Analysen und Begriffe von Niklas Luhmann zurückgegriffen, die das Kunstwerk stets auch im soziologischen Zusammenhang des Kunstsystems betrachten. Dieses gesellschaftliche Teilsystem wird hier als autonomer, ausdifferenzierter und autopoietischer Bereich der modernen Gesellschaft betrachtet. Der vorliegende Text bezieht sich weiterhin auf die Analysen des Designtheoretikers Beat Schneider, der Design im sozialen, kulturellen sowie wirtschaftlichen Kontext untersucht und sich dabei mit den Differenzen der Disziplinen beschäftigt hat.¹⁸

16

Vgl. Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009.

17

Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, 2005.

18

Vgl. Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. Birkhäuser Verlag AG, Basel 2005.

1.4.1 Der Designbegriff und die Schwierigkeiten einer klaren Definition

Der etymologische Ursprung des Wortes Design liegt in der lateinischen Vokabel »designare« die soviel wie »erläutern«, »bezeichnen«, »beschreiben« bedeutet. In der Renaissance bezeichnete der Begriff »disegno interno« den Entwurf oder das Konzept für ein noch auszuführendes Kunstwerk, wohingegen der Begriff »disegno esterno« das bereits ausgeführte Werk bezeichnet. Diese Art der Wortverwendung kannte also noch keinen Unterschied zwischen dem Entwurf von Kunst und dem Entwurf und der Herstellung anderer Gegenstände. Erst im Rahmen der Industriellen Revolution wurde aufgrund veränderter Arbeitsweisen und Produktionsbedingungen verstärkt zwischen Kunst, Design und Handwerk unterschieden. Und obwohl sich die Designpraxis nicht zuletzt in ihrer Abgrenzung zur Kunst von diesem ursprünglichen Verständnis entfernt hat, gibt es weder in der Praxis noch in der Designtheorie einen allgemein anerkannten und klar definierten Designbegriff, ebenso wenig wie einen gültigen und bewährten Theorieansatz, sei er nun ästhetisch oder soziologisch terminiert.

In den letzten Jahren hat der Begriff »Design« jedoch eine Renaissance erfahren, die man auch als Inflation bezeichnen könnte. Design bezeichnet heute nahezu alles und nichts. Es reicht vom »Nail-Design« (Dienstleistung Maniküre/Pediküre) über die Gestaltung von Industrie-, Konsumprodukten und digitalen Computerprogrammen bis hin zur Planung von Prozessen und Systemen sowie der bereits beschriebenen Arbeits- und Denkmethode des Design Thinking. Einige der Probleme der Begriffsbestimmung liegen darin, dass Design zum einen eine radikale Erweiterung seines ursprünglichen Aufgabengebietes erfahren und heute auch die Planung von Organisationsformen und Dienstleistungen bezeichnet, so dass er aus diesem Grund nicht mehr ausschließlich auf die Gestaltung von Produkten bezogen werden kann. Darüber hinaus bezeichnet »Design« sowohl die gestalterische Tätigkeit selbst wie auch die finale Formgestalt eines Objekts oder Produkts.¹⁹

Verbreitet ist ein eher funktionales Designverständnis, das von einer grundsätzlichen Zweckorientierung der Disziplin ausgeht und nach welchem Design den Fokus nicht auf sich selbst, sondern auf die Problemlösung physischer oder kommunikativer Bedürfnisse bestimmter Interessengruppen richtet. »Wo immer Design auftritt und sich plakativ definiert, behauptet es eine Ent-Störung zu bewirken, Fehler zu beseitigen, etwas funktional oder ästhetisch verbessertes in die Welt zu setzen.«²⁰ In dieser Vorstellung ist der Begriff des Designs ebenfalls eng mit den unternehmerischen Prozessen seiner Auftraggeber verbunden.

Wie später noch ausführlich ausgeführt werden wird, gibt es aber auch Entwicklungen und Phänomene innerhalb der Designdisziplin, die mit diesem funktionalen Verständnis brechen und gänzlich unkonventionelle Ansätze bieten. Es handelt sich hier zwar nur um einen kleinen Bereich innerhalb der Designprofession, dieser wird aber aufgrund seiner avantgardistischen Vorgehensweise vergleichsweise umso stärker medial repräsentiert, kommuniziert und diskutiert.²¹

19

Vgl. Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, 2005, Seite 197.

20

Selle, Gert: Designgeschichte in Deutschland. Erweiterte und überarbeitete Auflage, Campus Verlag, Frankfurt am Main 2007, Seite 276.

21

Gert Selle weist in seinem Buch »Designgeschichte in Deutschland« sogar ausdrücklich (wenn auch nicht besonders begeistert) darauf hin, dass mit der Entstehung des Autorendesigns »schrilles Design zum Medienereignis aufsteigen kann, was vorher noch keinem seriösen Entwurf gelang.« Mit dem Autorendesign der 1980er Jahre beginnt seiner Ansicht nach in Deutschland »das Medienereignis Design.« Ebd., Seite 272f.

1.4.2 Der Begriff des Autorendesigns

In den 1980er Jahren bildete sich aufgrund der experimentellen Arbeitsweise einiger Designer der Begriff des Autorendesigns, der zwar in der Designszene recht etabliert in Abgrenzung zum funktionalen Design verwendet wird, dessen spezifische Funktionsweise und Ästhetik jedoch bis heute nicht theoretisch, historisch oder etymologisch untersucht wurden.

Das »Metzler Lexikon Ästhetik: Kunst, Medien, Design und Alltag«²² führt unter dem Begriff »Autor« lediglich den Begriff des Künstler auf. Autorschaft wird hier mit Hilfe des typografischen Schrägstrichs dem Künstlertum gleichgesetzt (»Autor/Künstler«²³), während Designer nicht genannt werden. Im »Wörterbuch Design. Begriffliche Perspektiven des Design«²⁴ findet sich zwar ein kurzer Eintrag zum Autorendesign, jedoch handelt es sich hier eher um einen (tendenziell eher zynischen) Kommentar, der weder auf den Ursprung des Begriffs eingeht, noch den Verlauf des Diskurses um Autorschaft skizziert, der mit Gruppierungen wie »Archizoom« (Italien) bereits seit den 1960er Jahren thematisiert wird. Der Eintrag des Wörterbuchs stellt neben der finanziellen Unabhängigkeit des Autorendesigners dessen »egozentristischen Auftritt«²⁵ und die »ökonomische Labsal«²⁶ heraus, die aus erfolgreichen Projekten entspringt und beschäftigt sich darüber hinaus nicht mit den Besonderheiten und Eigenschaften der Gestaltungsprozesse oder Designobjekte.

Bei weiterer Suche wird man auch nicht fündig: Im Katalog der deutschen Nationalbibliothek finden sich unter den Schlagwörtern »Autorendesign« sowie »Design + Autorschaft« oder »Design + Autor« insgesamt 0 Treffer. Die Designtheorie scheint noch zu sehr mit grundlegenden Fragen der eigenen Disziplin beschäftigt, als dass sie sich um die Ausreißer aus den eigenen Reihen kümmern zu können.²⁷ Dies ist ein möglicher Grund, warum Grenzgänge zwischen Kunst und Design, die von Seiten der Gestaltungsdisziplin vom Autorendesign ausgehen, bisher kaum aus designtheoretischer Perspektive betrachtet wurden.

Und so ist auch der Begriff des Autorendesigns nicht eindeutig definiert. Autorendesign bedeutet im Bereich des Marketing, dass der Name eines bestimmten (Star-)Designers markenbildend und wertsteigernd auf bestimmte Produkte oder Produktreihen wirken kann. Der Staraspekt spielt vor allem im Bereich von Konsum- und Luxusgütern wie dem Modedesign eine große Rolle. Dies ist beispielsweise immer wieder gut an einzelnen Kollektionen des Mode-Kaufhauses H&M zu betrachten. In Abgrenzung zum alltäglichen Geschäft mit anonym gestalteter Massenware kommen ein paar Mal im Jahr limitierte Kollektionen bestimmter Stardesigner wie beispielsweise Karl Lagerfeld, Jimmy Choo oder Albar Elbaz (Lanvin) heraus, die stets reißenden Absatz finden. In diesem Zusammenhang ist der Starappeal des Designers von großer (ökonomischer) Bedeutung. Abgesehen davon unterscheiden sich diese Produkte jedoch nicht grundlegend oder strukturell von den anderen angebotenen Waren.²⁸

Der Begriff des Autorendesigns bezeichnet darüber hinaus einen Teilbereich des Designs, in dem die individuelle, subjektive Rolle des Urhebers wesentlich bedeutender eingeschätzt wird als beim funktionalen Design, in welchem der Gestalter anonymer Teil der industriellen Produktion

22
Metzler Lexikon Ästhetik: Kunst, Medien, Design und Alltag, Achim Trebeß (Hrsg.), Metzler Verlag, Stuttgart 2006.

23
Ebd., Seite 53.

24
Erlhoss, Michael/Marshall, Tim (Hrsg.): Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, 2008, Seite 41.

25
Ebd.

26
Ebd., Seite 42.

27
Vgl. Meier, Cordula (Hrsg.): Designtheorie. Beiträge zu einer Disziplin, Anabas Verlag, Frankfurt am Main 2003.
Vgl. Brandes, Uta/Erlhoff, Michael/Schemmann, Nadine: Designtheorie und Designforschung, Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Paderborn 2009.

28
Es muss für Unternehmen auch nicht ausschließlich von Vorteil sein mit Stardesignern zusammenzuarbeiten. So fiel das Modehaus Gucci nach der Trennung von Stardesigner Tom Ford im Jahr 2003 in eine

ist. Hier kann Design eher als autonome Tätigkeit betrachtet werden, die nicht unbedingt eines Auftragsverhältnisses bedarf. Außerhalb der Rahmenbedingungen der industriellen Produktion bietet sich Designern in kleinen, selbst initiierten Projekten so die Möglichkeit Materialien, Technologie und Arbeitsprozesse auf experimentelle Weise zu erproben, und dabei die Grenzen und Potenziale ihrer Gestaltungstätigkeit zu reflektieren, auszuloten und neue Ideen testweise umzusetzen. Diese Experimente können zur Entwicklung kommerzieller Produkte führen, dies ist aber nicht zwingend. Der Autoredesigner nimmt also oft weniger die Rolle eines Dienstleisters, als vielmehr eine eigenständige konzeptuelle, inhaltliche, methodische oder formale Position ein. Und potenzielle Kunden mögen ihn aufgrund dieser Herangehensweise engagieren.

Der »Staraspekt« ist für diesen Bereich des Designs nicht unbedingt von großer Bedeutung. So genießen viele Autoredesigner vielleicht innerhalb ihrer Szene einen besonderen Ruf, sind aber dem normalen Verbraucher häufig vollkommen unbekannt. Als Beispiele können hier die Grafik-Designer Cyan (D), Fons Hickmann (D), Julia Born (CH), Elektrosmog (CH), Norm (CH), Martin Woodtli (CH), Mevis & van Deursen (NL), Jonathan Puckey (NL), Paula Scher (USA) oder Stefan Sagmeister (CH, USA) genannt werden, auf deren Arbeiten Obengenanntes zutrifft. Aufmerksamkeit erregt dieses Design eher, weil es anders konzipiert und gestaltet ist und so auf andere Art Bedeutung erzeugt und vermittelt, als funktionales Design dies tut.

Das Autoredesign nimmt in der Diskussion um Design eine Schlüsselposition ein. Autoredesigner reüssieren am Kunstmarkt, werden zunehmend von der Kunstkritik rezipiert und ihre Designobjekte werden in die Sammlungen großer Museen aufgenommen. Die generelle mediale Präsenz dieser Objekte prägt den Designdiskurs ebenso wie das gesellschaftliche Verständnis von Design und Kunst entscheidend mit. Umso erstaunlicher, dass ihnen bislang eher wenig wissenschaftliche Beachtung zukam. Denn obwohl viele Arbeiten von Autoredesignern im Zusammenhang mit der Annäherung von Kunst und Design besprochen werden, ließen sich hier nur in seltenen Fällen wissenschaftliche Quellen ausmachen, die mehr leisten als visuelle Designphänomene in großen bunten Büchern aufzulisten. Analysen, die den Grenzbereich zwischen Kunst und Design auch aus der Designperspektive untersuchen und dabei seine spezifische Ästhetik, Vorgehens- und Funktionsweise, deren Grenzen und Möglichkeiten ebenso wie mögliche Signifikanz reflektieren, sind leider rar.²⁹

Wenn im nachfolgenden Text von Autoredesign die Rede ist, so wird der Begriff nicht im Sinne eines Marken- und Marketingverständnisses gebraucht. Vielmehr wird der Begriff für Design und Designer verwendet, die in hohem Maße selbstbestimmt arbeiten und mit ihren Arbeiten verstärkt selbst gesetzte Interessen und Ziele verfolgen. Autoredesign kann so auch als experimenteller Diskurs innerhalb der Designdisziplin betrachtet werden, in welchem Designer ihre Rolle und Funktion, ihr Selbstverständnis ebenso wie ihr Verständnis des eigenen Aufgabengebiets, ihren Umgang mit Materialien ebenso wie die Möglichkeit einer Autorschaft thematisieren und reflektieren.

Krise, da der Name des Designers mit dem Unternehmen gleichgesetzt wurde und es fraglich schien, ob die Marke ohne ihren namhaften Frontmann überlebensfähig sei. Es sei ein bisschen so, als habe Mick Jagger die Rolling Stones verlassen, schrieb die Rheinische Post online (vgl.: Rheinische Post Online, 05.11.2003: http://www.rp-online.de/gesellschaft/mode/Ende-der-Guccimanie-Mit-Tom-Ford-geht-ein-Superstar_aid_25831.html, geöffnet am 07.11.2010) und beschreibt damit im Grunde die Abhängigkeit eines Unternehmens von der charismatischen und medienpräzisen Persönlichkeit seines eigenen Star-Designers. Das Risiko mit einem Star-Designer zusammenzuarbeiten, ist vielen Unternehmen heute zu groß. Nach dem Boom des Star-Designs in den 1990er Jahren distanzieren sich viele große Marken wie beispielsweise Moschino oder Max Mara heute von der Idee des Star-Designers und arbeiten verstärkt mit anonymen Teams (vgl.: Schipp, Anke: Vom Verschwinden der Star-Designer, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 06.02.2005, Nr. 5, Seite 60). Die Entscheidung über die Rolle des Designers (Star oder Nicht-Star) ist also durchaus auch eine machtpolitische Frage innerhalb von Unternehmen.

29

Im folgenden Text wird mehrfach auf die Thesen des Designtheoretikers Beat Schneider, sowie der Autoren des Katalogs *Interieur/Exterieur* zurückgegriffen, die sich mit dem Verhältnis von Kunst und Design beschäftigt haben.

Vgl. Schneider, Beat: *Design – Eine Einführung*. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. 2005.

Vgl. Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): *UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design*, NRW-Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf, Düsseldorf 2009.

Vgl. auch: Lovell, Sophie: *Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel*, 2009.

2



Historische Skizze:
Die Annäherung von Kunst und Design als Folge
der Moderne des 20. Jahrhunderts

2 Historische Skizze: Die Annäherung von Kunst und Design als Folge der Moderne des 20. Jahrhunderts

Das Verhältnis von Kunst und Design ist im Grunde vergleichbar mit einem Liebespaar, das sich irgendwann einmal aus bestimmten Gründen getrennt hat, aber seitdem dennoch nicht voneinander lassen kann.

Die Idee einer freien, nicht auftragsgebundenen Kunst entstammt dabei den Emanzipationsbewegungen der bürgerlichen Aufklärung. »Die Kunst emanzipierte sich von ihren AuftraggeberInnen und damit auch vom ›sozialen Körper‹ und dem gesellschaftlichen Kontext. Die Emanzipationsbewegung der Neuzeit hatte einen bedeutenden Teil der ursprünglichen Verbindungen von Kunst und Leben aufgelöst. Die logische Folge des Autonomiekurses war die Feststellung der Differenz zwischen einerseits ›freier Kunst‹ und andererseits ›zweckorientierter Kunst‹.«¹

In Folge dessen bildete sich die Vorstellung zweier unabhängiger, ja sich gegenseitig ausschließender Disziplinen. Design, eine sogenannte harte Dienstleistung, wurde als quantifizierbar, wissenschaftlich, nützlich, real betrachtet. Kunst dagegen mehr oder weniger als reflexiv, ästhetisch, ohne funktionalen Nutzen, aber von entscheidender gesellschaftlich-kultureller Bedeutung. Mit der Trennung von freier und angewandter Kunst begann auch eine Mystifizierung des Künstlers als Demiurg, einer Vorstellung, die in verschiedener Form bis heute nachwirkt und mitverantwortlich ist für die gesellschaftliche Konstruktion einer Hierarchie zwischen Kunst und Design.²

Obwohl von verschiedenen Gestaltungsströmungen die soziale und gesellschaftliche Verantwortung und Bedeutung von Designern immer wieder betont und gefordert wurde, blieb das Design als Disziplin stets weniger be- und geachtet. Die Konstruktion einer Hierarchie zwischen Gestaltern und Künstlern führte auch dazu, dass die Theorien der Ästhetik sich stets mehr mit der Kunst befassten, wohingegen sich eine eigene Theorie des Designs erst in den letzten Jahrzehnten formiert.

Seit über hundert Jahren ist das Verhältnis von Kunst und Design von starken Polaritäten und Ambivalenzen geprägt. Aber sowohl die Moderne wie auch die Postmoderne beinhalten Aspekte, die eine Annäherung von Kunst und Design zur logischen Folge haben. »Trotz ihrer wissenschaftlich rationalen Ausrichtung gehört es zu den Grundansätzen der Moderne, dass Zukunfts- und Lebensfragen immer engstens mit der Kunst verknüpft sind, ja, dass man im autonomen Bereich der Kunst vieles vorausdenkt, was dann in angewandten Arbeitsgebieten übernommen wird. Die genetische Verknüpfung von Kunst und Lebensutopie führt dazu, dass sich Kunst und Design einander soweit annähern, dass man sie heute manchmal miteinander verwechselt«³, beschreibt Markus Brüderlin diesen »Stoffwechselprozess«⁴ der Disziplinen. Bereits im Jugendstil wurden unter dem Vorzeichen einer Erneuerung der Interieurgestaltung Raum und Bild vereinigt, mit dem Ziel, ein Gesamtkunstwerk zu schaffen. Damit markieren sie »den Beginn des unablässigen Versuchs der Moderne, das Mobiliar optisch und physisch mit der Wand (gemeint sind hier Architektur und die darin platzierte Malerei, Anm. d. Autorin) zu verschmelzen.«⁵ Die De-Stijl-Bewegung aus den Niederlanden setzte diese Ideen in einem Crossover von Malerei und Architektur fort, deren bekanntestes Ergebnis das Haus Schröder in Utrecht von Gerrit Rietveld ist.

¹ Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, 2005, Seite 222f.

² Ein ausführlicher Vergleich der Konstruktion von Künstlermythos und dem Bild des Designers wäre sicherlich interessant, ist aber im Rahmen dieser Arbeit nicht leistbar.

³ Brüderlin Markus: Einführung, in: Brüderlin, Markus/Lütken, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 13.

⁴ Ebd.

⁵ Ebd., Seite 22.

Und auch das 1919 gegründete Bauhaus versucht angewandte und freie Künste programmatisch zu verbinden: »Die revolutionäre Idee der Moderne war von Anfang an von einer Synthese der verschiedenen Gestaltungsfelder beseelt. Im Weimarer und später im Dessauer Bauhaus sollten – unterstützt durch die rationalen Errungenschaften von Technik und Wissenschaft – Architektur, Industriedesign, ja alle Künste zusammenfließen, in der Gestaltung einer neuen, lebenswerten Welt, für einen ›neuen Menschen‹⁶, schreibt Brüderlin weiter.

Während sich die Moderne also durch eine programmatisch-ideologische Zusammenführung der Disziplinen auszeichnet, ist für die Postmoderne die Aufhebung strikter Dogmen, wie der Trennung von Kunst und Design, kennzeichnend. In der Postmoderne wird mit spielerischer Leichtigkeit gemixt, gekoppelt und kombiniert, was der Fundus der Geschichte hergibt. Dabei werden Grenzbereiche aufgelöst, Stile, Funktionen, Zeichen und Codes in fremden Kontexten verwendet. Als typische Beispiele können hier die Arbeiten der Gruppe Archizoom, Memphis oder das Neue Deutsche Design genannt werden, die von der Kritik allerdings aufgrund ihrer ausufernden experimentellen Formgestaltung und ungewöhnlichen Materialwahl, die in vielen Fällen kein nachvollziehbares intellektuelles Konzept erkennen ließen, häufig als »Kitsch-Orgien«⁷ bezeichnet werden. Während die Postmoderne gelegentlich in formale Beliebigkeit abdriftete, lässt sich heute bei Künstlern und Gestaltern eine neue Ausrichtung, die die Fragen um Ästhetik und Funktion in konzeptueller Hinsicht und mit der »Besinnung auf die nachhaltigen Ideen und Methoden der Moderne auf eine neue Ebene«⁸ führt, feststellen. In komplexen intellektuellen Konzepten wird im Austausch über die Differenz der Systeme das wechselseitige Verhältnis neu geformt. »Es geht nicht mehr um den postmodernen ›Krieg der Zeichen‹, sondern um die Qualität des Skulpturalen, nicht mehr um Kulissen, sondern um Räume und um das bewusste Gestalten von Innen und Außen«⁹, schreibt Brüderlin.

Dennoch gelten diese Aussagen jeweils nur für einen Teil des jeweiligen Bereichs. So sind Polaritäten innerhalb der Disziplinen auch heute noch vorhanden. In der Kunst bedeutet dies die Spannung zwischen nützlicher oder benutzbarer Kunst¹⁰ und der Vorstellung einer freien, höchst-individuellen, nutzlosen und autonomen Kunst.¹¹ Im Design bedeutet dies die Spannung zwischen künstlerischem Konzept und experimenteller Geste (in Bezug auf das Autorendesign der 1980er Jahre spricht der Designtheoretiker Gert Selle gar von einer »Ästhetik des Anti-Funktionalismus«¹²) auf der einen und der Vorstellung von Design als auftragsgebundener Problemlösung auf der anderen Seite.¹³

⁶
Ebd., Seite 13.

⁷
Kries, Mateo: Funktion oder Fiktion? Zur Symbiose von Design und Kunst seit Jasper Morrison, in: Brüderlin, Markus/Lütkens, Annelie (Hrsg.): *Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft*, 2008, Seite 225.

⁸
Brüderlin, Markus: Einführung, in: Brüderlin, Markus/Lütkens, Annelie (Hrsg.): *Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft*, 2008, Seite 29.

⁹
Ebd., Seite 29.

¹⁰
Der deutsche Künstler Tobias Rehberger beispielsweise trat 2009 auf der Biennale von Venedig mit der Ausgestaltung eines Cafés in Erscheinung. Die Arbeit trug den Titel »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen« und konnte von den Besuchern der Biennale benutzt werden. Es können darüber hinaus die Künstler Jorge Pardo, Jenny Holzer, Franz West, Joep van Lieshout u. a. genannt werden, deren künstlerische Arbeiten ebenfalls im Grenzbereich von Kunst und Design entstehen und häufig benutzbar sind.

¹¹
»Kunstwerke haben keinen externen Nutzen; und wenn sie einen solchen Nutzen haben, zeichnet das sie gerade nicht als Werke der Kunst aus.« in: Luhmann, Niklas: *Die Kunst der Gesellschaft*, 1995, Seite 77.

¹²
Selle, Gert: *Geschichte des Design in Deutschland*, 2007, Seite 276.
Als zeitgenössische Beispiele können u. a. die Arbeiten von Front, Maarten Baas, Juergen Bey, Marcel Wanders, Ronan & Erwan Bouroullec genannt werden, die z. T. später noch ausführlich besprochen werden.

¹³
»Design findet nie zweckfrei, sondern immer in irgendeiner Weise marktgerichtet und als Dienstleistung statt.« in: Kern, Petra/ Kern, Ulrich: *Designmanagement. Die Kompetenzen der Kreativen*, Georg Olms Verlag, Hildesheim 2005, Seite 80.

3



Standpunkte zum Verhältnis von Kunst und Design

- 3.1 **Angst vor Design.**
Hierarchievorstellungen von Kunst und Design
am historischen Beispiel des Künstlers Donald Judd
- 3.2 **In Betracht gezogen. Künstler definieren ihr Verhältnis
zum Design neu**
- 3.3 **Gibt es eine Grenze?**
Aktuelle Selbstbeschreibungen von Designern
- 3.4 **Das heutige Rollenverständnis von Künstlern und
Designern aus Sicht von Kritikern und Theoretikern**

3.1 Angst vor Design. Hierarchievorstellungen von Kunst und Design am historischen Beispiel des Künstlers Donald Judd

Heute mag eine Annäherung der Disziplinen als interessantes Phänomen gelten, das im Überqueren der Grenze zwischen den Disziplinen eigene ästhetische und konzeptuelle Positionen hervorzubringen vermag. Da dies noch vor nicht allzu langer Zeit nicht so einfach denkbar war, lohnt es sich die Entwicklung im historischen Vergleich zu betrachten.

Für einen Kunstkritiker wie Clement Greenberg, der für die theoretische Untermauerung der ausdrucksstarken und intuitiven Kunst des abstrakten Expressionismus der 1950er/1960er Jahre steht, war bereits die Verwendung nicht-künstlerischer Materialien und serieller Verfahren, die der industriellen Produktion und damit dem Design vergleichbar waren, ein Angriff auf das herrschende Kunstverständnis. So fühlte sich Greenberg in den 1960er Jahren angesichts der aufkommenden Minimal Art an die jährliche Ausstellung des MoMA mit dem Titel »Good Design« versetzt und meinte dies keineswegs als Lob.¹ In dieser Denkweise schließen sich die Arbeit eines Künstlers und eines Designers gegenseitig aus. Mehr noch, sie wird geradezu als Seins-Frage abgehandelt: Man ist Künstler oder man ist Designer. Ein Dazwischen oder Aufeinander-Bezug-Nehmen ist in dieser Zeit aus Sicht der Kunstkritik absolut unmöglich.

In diesem Zusammenhang verwundert es auch nicht, dass jemand wie Ray Eames, die gemeinsam mit ihrem Ehemann Charles Eames als Möbeldesignerin bekannt wurde, aber eigentlich Kunst studiert hatte, und sich später aber über das Möbeldesign hinaus sowohl mit Grafik-Design, als auch mit Skulptur und Malerei beschäftigte, ihre Malerei ganz im Sinne einer puristischen, funktionalen Designdisziplin als »functioning decoration«² – und nicht als Kunst mit dekorativen Aspekten – bezeichnete.

Als bekanntestes Beispiel einer Annäherung von Kunst und Design, die in jüngerer Zeit neu bewertet wird, kann der Künstler Donald Judd genannt werden. Der Minimal Artist Judd ließ in den 1970er und 1980er Jahren Möbel nach seinen Entwürfen fertigen oder baute sie selbst, zum Teil zum Eigengebrauch, zum Teil, um Geld zu verdienen.³ Mehr noch, in seiner Wohnung – einem New Yorker Loft – installierte er eigene Objekte, Möbel und Skulpturen von anderen Künstlern in einem räumlichen Gesamtzusammenhang und »setzte damit unbeabsichtigt einen vielschichtigen Stoffwechsel von ›Wohnen in der Kunst‹, ›Möbel als Skulptur und vice versa‹, ›Interieur als Installation und vice versa‹ in Bewegung, von dem noch heute Lifestyle-Trends, aber auch die Ambient-Art der 1990er-Jahre, die den Museumsraum mit der ›Lounge und Sitzkissenästhetik‹ infiltrierte, profitieren.«⁴

Judd achtete jedoch streng darauf, dass dies nicht allzu öffentlich wurde, da er Angst hatte, dass sein künstlerisches, ebenso wie sein theoretisches Werk im Kontext von Design interpretiert würde und damit abgewertet werden würden. Im Sinne einer vollständig klaren Trennung der Disziplinen verstand er Kunst und Design auch als vollkommen verschieden voneinander.⁵ Er selbst war sogar der Meinung, dass in Kunst und Design unterschiedliche Formsprachen verwenden würden,⁶ was bei der heutigen Betrachtung der Objekte nicht wirklich nachvollziehbar erscheint.

Die Angst, die sich aus der unterschiedlichen gesellschaftlichen Wertschätzung der Disziplinen ergibt, zeigt sich im folgenden Zitat von Alex

¹ Vgl. Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, 2005, Seite 14.

² Zitiert aus: Ebd., Seite 53.

³ Der Minimalist Judd konnte dem Warenangebot seiner Umgebung offenbar nicht viel abgewinnen. So beschreibt er im Katalog »Donald Judd Furniture. Retrospective«, dass er für sein Haus in Texas keine Möbel kaufen könne, weil »die wenigen Geschäfte nur Nepp-Stilmöbel oder Küchenmöbel aus Stahlrohr mit Kunststoffoberflächen führten, die mit blöden geometrischen Mustern oder Blümchen bedruckt« worden seien. »Man kann nicht einfach in einen Laden gehen und einen Stuhl kaufen«, ärgert er sich weiter. Judd, Donald: Schwer eine gute Lampe zu finden, in: Donald Judd Furniture. Retrospective, Museum Boymans-van Beuningen, Rotterdam 1993, Seite 8f.

⁴ Brüderlin, Markus: Einführung, in: Brüderlin, Markus/Lütkens, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 27.

⁵ »Die Kunst eines Stuhls besteht nicht in seiner Ähnlichkeit mit Kunst, sondern eher darin, daß er vernünftig, brauchbar und von der rechten Größe ist.« Judd, Donald: Schwer eine gute Lampe zu finden, in Donald Judd Furniture. Retrospective, 1993, Seite 7.

⁶ »Heute kann ich einen Stuhl oder ein Kunstwerk entwerfen, ohne die Formensprache meinen eigenen Kunstwerken abzuborgen.« Ebd., Seite 8.



Abb. 3: Donald Judd: Ausstellungsansicht, Stühle 75/50/50, Aluminiumblech abgekanntet, einbrennlackiert, erhältlich in 15 verschiedenen Farben, o.O., o.J., © Lehni AG, Wandskulptur, o.O., o.J., © Donald Judd



Abb. 4: Ansicht des Studios von Donald Judd, o.O., o.J.

Coles, der im Jahr 2005 das Verhältnis von Donald Judd zu seiner Arbeit als Designer rückblickend betrachtet: »The consequence of this surely would have been that his occasional forays into Home and Garden territory on art and its relation to the interior would be taken as the cornerstone of his theoretical output, undesirable for a philosophy graduate accustomed to writing for Artforum.«⁷

7
Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, 2005, Seite 13.

Das Zitat beschreibt die Wahrnehmung einer unterschiedlichen Wertschätzung von Kunst und Design noch einmal ganz deutlich: Design ist zu jener Zeit (zumindest aus der Perspektive der Kunst) ein Thema für die Ausstellung »Home and Garden«, einer Fachmesse für unterbeschäftigte Ehefrauen gut verdienender Männer, die hier informiert werden, wie das Esszimmer oder die Topfpflanzen arrangiert werden könnten. Nichts, womit sich ein ernst zu nehmender Künstler auseinandersetzt oder in Verbindung gebracht werden möchte. All seine anderweitigen Betätigungen hätten offensichtlich nichts gegen den »minderwertigen« Einfluss des Designkontextes ausrichten können, der, nach Alex Coles, als ungewollter Meilenstein für Judds Gesamtwerk interpretiert worden wäre.

Dieser »minderwertige« Einfluss hätte sich scheinbar bis vor kurzem auch auf die Preise seiner Kunstwerke ausgewirkt, was zu der Vermutung führt, dass die (von Judd) absolut verstandene Trennung der künstlerischen und gestalterischen Arbeiten auch eine Strategie gewesen sein könnte, die klar auf den Kunstmarkt ausgerichtet war. So schreibt Judd noch 1993: »Man fragt mich oft, ob diese Möbel zur Kunst gehören [...] Wir halten diese Möbel aus Kunstgalerien heraus, um Mißverständnisse zu vermeiden; [...] Und auch, um die daraus resultierende Preisinflation zu vermeiden.«⁸ Bis in die 1990er Jahre hinein hätten seine Werke im Verständnis von Kritikern, Künstlern und Käufern demnach durch den Bezugsrahmen Design einen inhaltlichen, kulturellen und ökonomischen Verlust hinnehmen müssen.

8
Judd, Donald: Schwer eine gute Lampe zu finden, in Donald Judd Furniture. Retrospective, 1993, Seite 19.

3.2 In Betracht gezogen. Künstler definieren ihr Verhältnis zum Design neu

Heute kann eine künstlerische Position wie die von Donald Judd nicht mehr außerhalb des Designkontexts rezipiert werden. Denn Design rückt immer stärker in den Fokus der Aufmerksamkeit und die Disziplinen werden nicht mehr als absolut unabhängig voneinander betrachtet.

So hat auch der Künstler Franz West heute ein wesentlich weiteres Verständnis von Kunst, das weniger durch ein vermeintliches »Sein« der Dinge und Zustände bestimmt ist, als vielmehr durch die eigene Definition und Betrachtungsweise – ähnlich wie seinerzeit bei Marcel Duchamp. West sagt: »Don Judd hat gesagt, ein Stuhl und ein Kunstwerk seien völlig verschiedene Dinge. In meinen Augen gibt es überhaupt keinen Unterschied. Wenn ich einen Stuhl mache, erkläre ich ihn zum Kunstwerk.«⁹ Ob Kunst oder Design, das liegt nach West vor allem in der Perspektive des Urhebers, der wählen kann, auf welche Weise der Betrachter differenzieren soll. Das Besondere – was der Kunst zugeschrieben wird – wäre demnach geknüpft an eine bestimmte Form der Wahrnehmung oder Beobachtung, weniger an

9
Zitiert aus: Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009, Seite 28.

die Dinge selbst. Löste bei Marcel Duchamp noch die Musealisierung des Pissoirs »Fountain« eine andere, bewusster Art der Wahrnehmung aus, ist es heute vielleicht eine Frage, ob Objekte mittels ihrer spezifischen Kommunikation in der Lage sind, bestimmte Formen der Beobachtung oder Wahrnehmung auszulösen, und somit andere gesellschaftliche Funktionen übernehmen, als funktionale Objekte dies tun.

Der niederländische Designer Maarten Baas¹⁰ ist dafür ein gutes Beispiel. Mit seinem konzeptuellen Designansatz verbrennt er seit 2002 gezielt Möbelstücke und versiegelt sie anschließend mit Epoxidharz, um den Zerstörungsprozess aufzuhalten und sie wieder nutzbar zu machen. 2004 hat er diese methodische Arbeitsweise auf Designklassiker wie den »Zick Zack Stuhl« von Gerrit Rietveld und Objekte von Ettore Sottsass oder Ray und Charles Eames übertragen. Baas arbeitet auch auf Auftragsbasis, was dazu führt, dass er ganze Steinwayflügel, Arsenale von Stühlen oder Innenräume für Privatleute verkohlt. Er kombiniert einen sehr destruktiven und nicht gerade aus dem methodischen Repertoire eines klassischen Designers stammenden Ansatz und schafft durch die Zerstörung von Designklassikern (die jedoch trotz ihres Status Serienprodukte sind) wieder originale Einzelstücke.

Ähnlich wie Marcel Duchamp, der 1919 in einem subversiven Akt des Ikonoklasmus einer Postkarte mit dem Bildnis der »Mona Lisa« des italienischen Renaissance-Malers Leonardo da Vinci einen Schnurrbart aufsetzte, sind neben Baas auch die Künstler Jake und Dino Chapman verfahren, als sie 2003 den Druckzyklus »Desastres de la Guerra« des spanischen Malers Francisco de Goya übermalten und damit kontroverse Diskussion über künstlerische Originalität und den Schutz von Kulturgut auslösten.¹¹

Baas' Arbeit beinhaltet also eine kritische Auseinandersetzung mit dem künstlerischen Werkbegriff und bezieht diesen auf Design. Seine Arbeit am Objekt, die damit entstehende Verfremdung, zeigt auf, wie sehr sich ein klassischer Begriff von Originalität, Autorschaft und Wertigkeit auch bei Designklassikern etabliert hat (»Oh mein Gott! Er hat einen echten Rietveld angezündet!«). Nun wird wohl niemand behaupten, dies sei eine realitäts- oder alltagstaugliche Weise Dinge zu gestalten oder mit Objekten umzugehen. Baas' Konzept ist aber auch ein völlig anderes. Durch die Ungewöhnlichkeit und Unwahrscheinlichkeit seiner Herangehensweise schafft er eine neue Art der Wahrnehmung. Indem er sie zerstört, bringt er die Objekte wieder hervor. Er macht sie wieder bewusst, macht die Dinge, die sonst im Alltag übersehen werden, wieder wahrnehmbar und erneut sichtbar.

Um das eigene Werk angemessen in einen zeitgenössischen Formdiskurs einordnen zu können, fordert Dan Graham, selbst eine wichtige Figur im Diskurs um das Verhältnis von Kunst und Design, von jungen Künstlern eine Auseinandersetzung mit Designgeschichte. Arbeiten der jüngeren Kunst kritisiert er wie folgt: »You can see that it comes from a younger generation that has only vague information about the recent past, which barely knows Alvar Aalto. I always want things to be utilitarian, and I think this generation wants things to be anti-utilitarian, a little fantasy-world of

10

Baas erhielt im Dezember 2009 den Designer of the Year Award der Messe Design Miami. Die Messe würdigt damit nach eigener Aussage den Designer »for pushing the boundaries of art, architecture and design.«

Vgl.: Design Miami Webseite: <http://designmiami.com/miami/spotlight/>, geöffnet am 29.12.2009.

11

Bei der ersten Präsentation dieser Arbeiten in Oxford im Jahr 2003 schrieb der englische Kunstkritiker Jonathan Jones: »Die veränderten Drucke machen einen glauben, ein Serienmörder mit einem Hang zum Zeichnen psychotischer Clowngesichter hätte das Kupferstichkabinett des Britischen Museums geschändet.«

Vgl.: art-in.de: Jake and Dinos Chapman im Kunsthaus Bregenz (29.01. – 28.03.05), 28.01.2005, <http://www.art-in.de/incmeldung.php?id=807&jake-dinos-chapman-Bregenz>, geöffnet am 07.11.2010.

Auch die Arbeit von Maarten Baas war vergleichbarer Kritik ausgesetzt. So berichtet das Art Magazin: »Und Kritik blieb nicht aus: Von respektloser Arroganz war die Rede, von Wichtigtuerei.« zitiert aus: Schweighöfer, Kerstin: Er brennt für das Design, in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 01/2009, 2009, Seite 64.

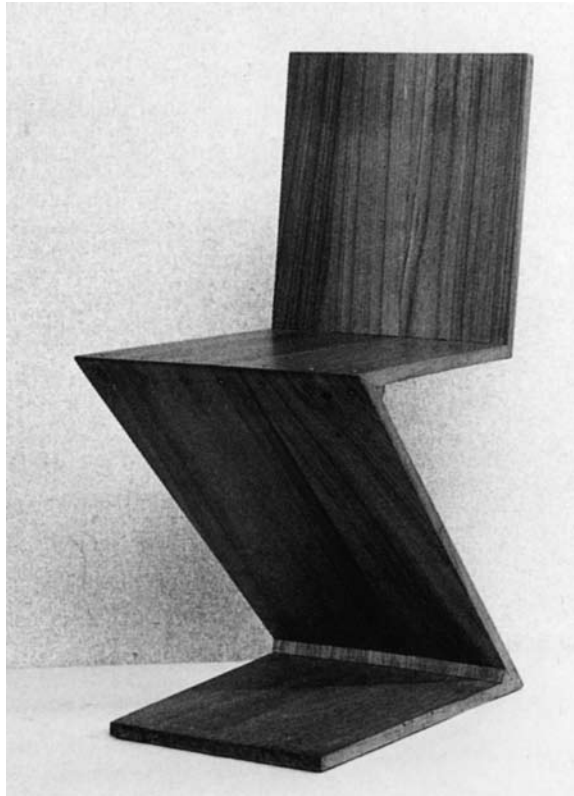


Abb. 5: Gerrit Rietveld, Zick Zack Stuhl, 1932 – 1934, Holz,
Messingschrauben, H 75 cm, B 37 cm, T 44,5 cm,
© Metz & Co, Amsterdam (Produktion 1935–1955)

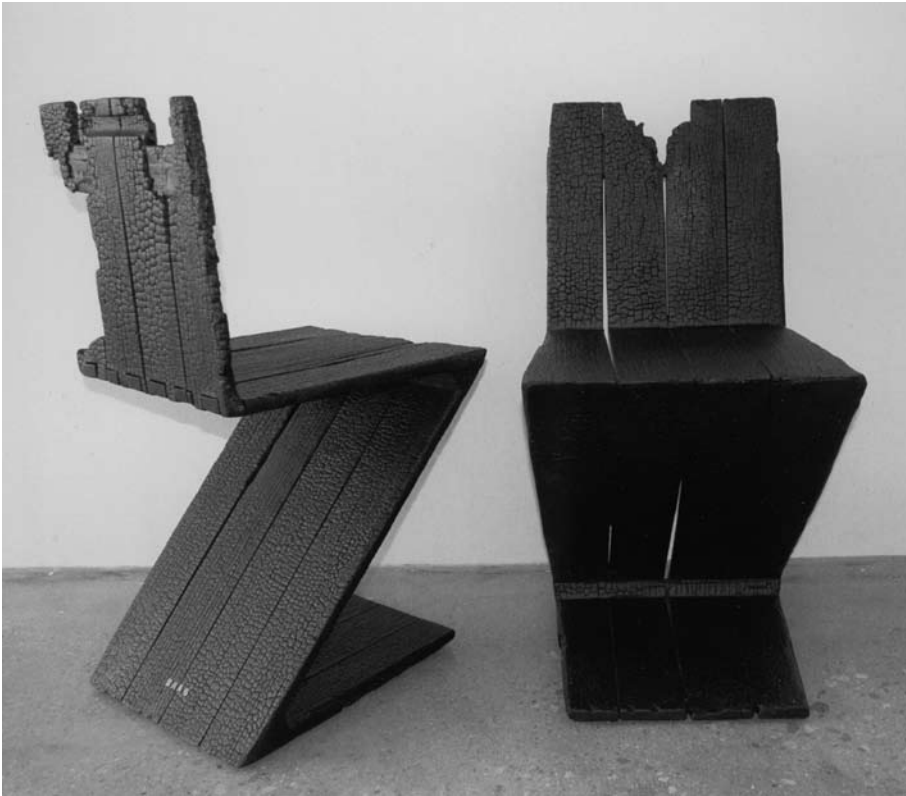


Abb. 6: Maarten Baas, Where There's Smoke Zig Zag Chair (Rietveld), 2004, verbranntes Holz,
H 77,47 cm, B 35,88 cm, T 49,53 cm, © San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco

art.«¹² Während er seine eigene Arbeit als utilitaristisch bezeichnet, also den Begriff der Gebrauchsfähigkeit im Sinne einer gesellschaftlichen Ethik verwendet, kritisiert er Kunst ohne Gebrauchswert als »kleine Fantasiewelt«.

Man könnte Grahams Aussage aber auch derart interpretieren, dass Design und Kunst sich in einem dynamischen Formdiskurs stets aufeinander beziehen und dies heute auch bewusst wahrgenommen und beobachtet wird. Kunst und Design könnten hier als zwei Seiten einer Grenze bezeichnet werden, die zwar voneinander unterschieden werden, jedoch ohne die andere nicht voneinander differenziert werden können, und so einander stets verbunden bleiben. Die eine Seite limitiert oder erweitert die Möglichkeiten, die auf der anderen Seite durchgeführt werden können.¹³

Da es heute nur noch sehr wenige Räume gibt, die nicht designed, gestaltet, bewusst geformt wurden und damit auch in einem historischen Designkontext stehen, ist die Auseinandersetzung von Kunst mit Design also absolut notwendig, da »jede Form von Wirklichkeit auch medial vermittelt existiert und unsere Vorstellungen von Welt nachhaltig prägt.«¹⁴ Um also relevante Aussagen über unser Verständnis der Welt machen zu können, oder um es mit der Terminologie von Niklas Luhmann zu sagen: Um nicht realisierte Möglichkeiten anbieten zu können, muss sich die Kunst mit diesem Zustand auseinandersetzen. Akzeptiert man die Wichtigkeit der gesellschaftlichen Rolle von Design, die Teil der Konstruktion unserer Wirklichkeit ist, erkennt man auch die inhaltliche Bedeutung von Design für die Kunst (an).

Eine Aussage des Künstlers Liam Gillick – Mitglied der sogenannten Young British Artists und ausstellender Künstler des deutschen Pavillons der Biennale von Venedig 2009 – zeigt, dass in jüngerer Vergangenheit eine Veränderung stattgefunden hat, die Design explizit in die Rezeption, den Kontext und die Konzeption von Kunstwerken mit einbezieht: »In common with many people of my generation I embrace certain aspects of design as a part of critique of established terms of judgement within the art context.«¹⁵

Mehr noch: Gillick spricht nicht für sich allein und versteht eine Auseinandersetzung mit Aspekten des Designs als notwendig und wichtig, um überhaupt Aussagen über die etablierten Terminologien der Kunstbetrachtung und -bewertung machen zu können. Er führt Aspekte des Designs in den Bereich der Kunst ein, um Differenzen innerhalb der Kunst beobachtbar zu machen und traditionelle Betrachtungsweisen von Kunst zu erweitern oder zu verändern. Dies ist natürlich in gewisser Hinsicht paradox, da Design durch genau diese Vorgehensweise auch zu einem Teil von Kunst wird, Vorgehensweisen von Designern zu künstlerischen Methoden werden und Differenzen in genau diesem Moment gleichzeitig aufgehoben und produziert werden.

12

Zitiert aus: Coles, Alex: Design Art. On art's romance with design, 2005, Seite 64.

13

In diesem Zusammenhang lässt sich auch die Ausstellung »Strange I've seen that face before« im Museum Abteiberg aus dem Jahr 2006 betrachten, die in einem Rundgang Objekte der Kunst und des Designs einander gegenüberstellte, um Form- und Konzeptzusammenhänge sichtbar zu machen.

Vgl.: Strange, I've seen that face before, Städtisches Museum Abteiberg Mönchengladbach, DuMont Verlag, Köln 2006.

14

Liebs, Holger: Kunst und Werbung, in: DuMonts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Butin, Hubertus (Hrsg.), DuMont Verlag, Köln 2002, Seite 189.

15

Zitiert aus: Coles, Alex: Design Art. On art's romance with design, 2005, Seite 13.

3.3 Gibt es eine Grenze? Aktuelle Selbstbeschreibungen von Designern

Während der Markt die Überschreitung der Grenze zwischen Kunst und Design feiert, sind sich auf der anderen Seite Künstler und Designer gar nicht so sicher, wie und ob sie derartige Begrifflichkeiten überhaupt verwenden sollten. Während von einigen den Begriff Design Art¹⁶ dankbar aufgenommen wurde, stehen andere diesem eher ablehnend gegenüber, da sie ihn lediglich für ein Marketinginstrument halten, unter dem sich Designobjekte mit geringem Nutzwert zu überhöhten Preisen besser verkaufen lassen. Denn es gibt auch kaum Designer oder Künstler, die sich selbst als Design Artist bezeichnen, geschweige denn unter dem Titel Design Art eigenständig oder unter einem definierten Programm formieren würden, wie es bei anderen historischen Bewegungen der Fall war.

Die Frage nach einer Grenzziehung oder Grenzauflösung wird von den Künstler und Designer auf unterschiedlichste Weise beantwortet. Einige, wie der Niederländer Richard Hutten, Produktdesigner und Teil des Design-Netzwerkes Droog, scheinen sich selbst nicht ganz sicher zu sein, ob es Grenzen gibt oder nicht, oder worin diese bestehen könnten. Er greift am Ende zu einem recht traditionellen Unterscheidungsmerkmal zwischen Kunst und Design: »Design is one of the arts, so designers are artists. But if designers make objects which can't be used, then they are not making design, and this should not be considered as design. Maybe it's decoration, maybe it's art, but definitely not design. [...] Design should not be about problem solving, per se. I don't solve problems, I create possibilities. But it should have a use. That's the essence of design.«¹⁷

Nutzen, im Sinne von Gebrauchsfähigkeit, haben aber auch viele zeitgenössische Objekte, die von Künstlern als Kunst geschaffen werden. Der deutsche Künstler Tobias Rehberger, dessen aktuelle Arbeit¹⁸ eine eindeutige Nutzfunktion hat, hat ein entsprechend weiteres Verständnis von Nutzbarkeit: »Also, eigentlich haben alle Arbeiten auch einen Nutzen. Oft wird ein Werk als ein ›nutzloses‹ Objekt bezeichnet, aber das ist ein Mythos [...]. Kunst wird als Instrument für kulturelle Definition oder als Ware auf dem Kunstmarkt oder auch als ›Glücklichmacher‹ an der Wand hinter dem Sofa gebraucht. Eine Funktion hat Kunst immer. Ich selbst spiele permanent mit der Frage nach ihrer Funktion: Was definiert die Funktion und was die Klischees über die ›Non-Funktion‹ eines Kunstwerkes?«¹⁹

Diese Diskussion ist nur ein verkürztes Beispiel dafür, dass sich das Merkmal »Nutzbarkeit« heute nur bedingt als Kriterium der Unterscheidung zwischen Kunst und Design heranziehen lässt. Denn Arbeiten von Künstlern, die auch eine tatsächliche Gebrauchsfunktion haben, gibt es seit einiger Zeit. Als Beispiele können hier die Useful Sculptures oder die sogenannte Ambient Art genannt werden, die im Innen- und Außenraum benutzbare Skulpturen oder Einrichtungen schaffen.

Kategorische Zuordnungen zu Kunst oder Design sind auch heute noch vorhanden, aber nicht mehr in allen Fällen zwingend. Für eine Person wie Marc Newson scheint es unproblematisch, sich in Kunst- ebenso wie in

16

Werner Lippert weist darauf hin, dass bereits in den 1990er Jahren Arbeiten von Künstlern wie Tobias Rehberger oder Joep van Lieshout derart klassifiziert wurden. Vgl.: Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009, Seite 24. Der Künstler Joe Scanlan erklärt den Begriff der Design Art wie folgt: »Als Designkunst (Design Art) lässt sich so ungefähr jedes Kunstwerk definieren, das mit dem Ort, der Funktion und dem Stil von Kunst durch die Vermischung mit Architektur, Möbeln und Graphik spielt.« Vgl.: Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009, Seite 38.

17

Parida, Shweta: Exclusive Interview with Richard Hutten in Dubai, 12.06.2008: <http://de51gn.com/design/interview-with-richard-hutten-in-dubai-at-the-launch-of-new-collection-by-christofle-paris/>, geöffnet am 30.09.2009.

18

»Was du liebst bringt dich auch zum Weinen«, Gestaltung eines Cafés auf der Biennale von Venedig 2009, sowie in der Kunsthalle Baden-Baden unter dem Titel »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen (franchised)«.

19

Tobias Rehberger 1993 – 2008, DuMont Verlag, Köln 2008, Seite 15.

Designzusammenhängen zurechtzufinden und eine breite Palette an Projekten und Tätigkeiten in Angriff zu nehmen. Bereits zu Studienzeiten ließ er sich von eventuellen Grenzen der verschiedenen Disziplinen nicht abhalten, setzte auf Interdisziplinarität und studierte sowohl Schmuck-design als auch Bildhauerei am Sydney College of Art.

Während Newson auf der einen Seite große Unternehmen wie Nike, Samsonite oder Ford in Designfragen berät, entwirft er auf der anderen Seite Uhren für seine eigene Firma und produziert Möbel / Skulpturen in Kleinserien oder als Einzelstücke, die in Galerien, Museen und auf Messen ausgestellt und im Kunstkontext rezipiert werden. Als einer der Ersten, bei denen herkömmliche Berufsbeschreibungen wie Künstler oder Designer nicht mehr ausreichen, wurde er von der bekannten New Yorker Kunstgalerie Gagosian vertreten. Eine eindeutige – und damit einschränkende – Selbstdefinition ist für ihn von geringer Bedeutung: »Art oder Design – das ist genauso sehr eine Frage des Kontextes wie alles andere. Mein Werk beinhaltet einen ständigen Prozess des relocating.«²⁰ Es kommt Newson bei der Unterscheidung zwischen Kunst oder Design also nicht auf die von ihm geschaffenen Objekte an sich an, sondern auf den Kontext, in den er selbst sie stellt. Wenn es lediglich der Kontext des Systems ist, der den Unterschied zwischen Kunst und Design generiert, kann er spielerisch damit umgehen und seine Arbeiten bewusst in verschiedene Zusammenhänge stellen, um sie jedes Mal wieder neu betrachtet zu lassen. In dieser Hinsicht ist er mit dem Künstler Franz West²¹ vergleichbar, für den ebenfalls der selbstgewählte Kontextzusammenhang eher entscheidend ist als Eigenschaften des Objekts oder bestimmte künstlerische oder gestalterische Vorgehensweisen und Arbeitsprozesse.

Newson ist ein gutes Beispiel für jemanden, der von einer pur verstandenen Trennung der Disziplinen nichts mehr hält und sich mit der Schwierigkeit einer möglichen oder unmöglichen Grenzziehung auch gar nicht lange aufhält. Er sieht sich in seiner Funktion als »a gun for hire, a troubleshooter, an outside designer«²², jemand, dessen kreative Leistungsfähigkeit eben darin besteht, über vorgegebene Grenzen hinweg zu denken. Die Arbeit in beiden Disziplinen empfindet er als Bereicherung, denn die Prozesse beeinflussen sich in Material, Technologie und Vorgehensweise gegenseitig. Für sein bekanntestes Objekt, die Lockheed Lounge verwendete er Materialien aus dem Bereich der industriellen Produktion, wie fieberglasverstärktes Polyester und vernietetes Industrie-Aluminium. »When I make a sculptural object, its shape will carry on to commercial projects. It also works the other way around«, sagt Newson. »In my aviation work, I get exposed to state-of-the-art tech, then I apply new materials and tech to creative projects.«²³

Damit steht er nicht allein, Designer und Bildhauer Marcel Wanders, Geburtsjahr 1963, erklärt plakativ: »Ich passe nicht in eine Kiste. Ich bin kein Designer, ich bin kein Künstler. Ich bin Marcel Wanders und mache mein Ding.«²⁴ Und auch der Designer Jaime Hayon lässt lakonisch verlauten: »Eine klare Grenze zwischen Produktdesign und Kunst gibt es doch heutzutage gar nicht mehr.«²⁵

In diesen Aussagen lässt sich eine grundsätzliche Veränderung des Selbstverständnisses im historischen Vergleich ablesen. Während die

20

Zitiert aus: Lippert, Werner/
Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO.
Grenzgänge zwischen Kunst
und Design, 2009, Seite 98.

21

Siehe Fußnote 9, Kapitel 3.2.

22

Jana, Reena: Marc Newson and
the Art of Design; 15.12.2006:
[http://www.businessweek.com/
innovate/content/dec2006/
id20061214_268221.htm](http://www.businessweek.com/innovate/content/dec2006/id20061214_268221.htm), geöff-
net am 07.11.2010.

23

Ebd.

24

Zitiert aus: Pschak, Evelyn:
Wanders Lust, in: Artinvestor
Themenheft Design, 2009,
Seite 72.

25

Zitiert aus: Lippert, Werner/
Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO.
Grenzgänge zwischen Kunst
und Design, 2009, Seite 30.

programmatische Vereinigung der Disziplinen im Bauhaus oder Werkbund immer noch auf einer grundsätzlichen Begriffsunterscheidung von Kunst und Design basiert, ist diese Differenz für viele aktuelle Positionen nicht mehr relevant. Zahlreiche aktiv in den Diskurs involvierte Gestalter interessieren sich nicht für diese Unterscheidung. Sie können oder wollen mögliche Differenzen gar nicht betrachten oder in Betracht ziehen. So antwortet der Designer Humberto Campagna auf die Frage, ob er sich als Künstler betrachte: »Ich denke gar nicht an diese Unterscheidung. Dächte ich daran, wäre ich sofort blockiert.«²⁶

26
Meyer, Klaus: Besuch bei ...
Humberto und Fernando
Campana; in: designreport.
Schwerpunkt von Großen
für Kleine, Ausgabe 03/2004,
Seite 35.

3.4 Das heutige Rollenverständnis von Künstlern und Designern aus Sicht von Kritikern und Theoretikern

Kritik oder Theorie jedoch folgen dem neuen Selbstverständnis von Designern und Künstlern nicht in gleichem Maße. So kann sich beispielsweise Alex Coles im Jahr 2005 von gewissen hierarchischen Vorstellungen und einem tendenziell pejorativ wirkenden Designbegriff nicht trennen und beschreibt die Attraktion der Disziplinen füreinander wie folgt: »To artists design is attractive because it provides a way to make money, to reach a larger audience, to look stylish – not to mention something to sit on and live, while you are making more Design Art. Art entices designers as it is something you can acquire attitude from if you want to appear profound while at the same time producing something to go on your wall.«²⁷

27
Coles, Alex: DesignArt. On
art's romance with design,
2005, Seite 15.

Künstler greifen nach Coles demnach lediglich auf Methoden und Arbeitsweisen des Design zurück, um sich finanziell gut über Wasser halten zu können oder ihren Arbeiten ein wenig mehr zeitgenössisch-modischen Stil hinzuzufügen. Designer dagegen benötigen eine künstlerische Arbeitsweise demnach, um tiefgründig zu erscheinen und Haltung zu beweisen. Attribute, die ihnen im traditionell offenbar nicht zugesprochen werden – zumindest nicht von Seiten der Kunstkritik, lässt sich daraus schließen.

Das mag fragwürdig erscheinen, weist jedoch auf das herrschende Designverständnis vieler Kunstkritiker hin, die auch heute noch von einem hierarchischen Denken geprägt ist. Aus der Perspektive der Kunst wird der Begriff Design mit Gefälligkeit, Marktorientierung, Styling und Oberflächlichkeit in Verbindung gebracht. Wenn auch fern von ihren Ursprüngen, prägen hier Ideen wie die von Adolf Loos das Verständnis einer »angemessenen« Form industriell gefertigter Produkte den Diskurs. Der österreichische Architekt Adolf Loos hielt 1908 einen Vortrag mit dem Titel »Ornament und Verbrechen«²⁸, der zwar eine programmatische Streitschrift für die Gestaltungsformen der Moderne darstellte, dessen Titel jedoch einen Zusammenhang zwischen Ornament und den Tätowierungen von Kriminellen formulierte. Fälschlicherweise wurde und wird der polemische Titel vielfach auf ornamentale Gestaltung an sich übertragen, auch wenn Loos nachträglich versuchte, sich von diesem Missverständnis zu distanzieren.

28
Loos, Adolf: Ornament und
Verbrechen, 1908, Nachdruck
Prachner Verlag, Wien 2000.

Dennoch: Loos war ein entschiedener Gegner aufwendig gestalteter Gebrauchsgegenstände und des zu seiner Zeit blühenden Kunstgewerbes, welches in Jugendstil und Wiener Secession den Gedanken verfolgte, Kunst und Gestaltung miteinander zu versöhnen. Er betrachtete

Ornamente als Schmuck zum Kaufanreiz, die im Hinblick auf die industrielle Produktion lediglich Zeit raubend und überflüssig seien.

Dieser Gedanke wird auf den Gestaltungsprozess an sich – Coles verwendet das Wort »stylish« – übertragen. Ein Objekt, das »designed« ist, wird per se als dekorativ und damit ornamental begriffen. Es wird unterstellt, man habe etwas »aufgehübscht«, um es verkaufen zu wollen. Dieser Zusammenhang steht im Widerspruch zu der Vorstellung einer autonomen – unabhängigen – Kunst, die davon ausgeht, gerade nicht im Hinblick auf Verkäuflichkeit produziert zu werden.

Der Begriff des Designs wird so im Sinne eines Marketinginstruments verstanden, wie er in den fünfziger Jahren als reines Produktstyling in den USA verwendet wurde und auch heute in vielen Fällen noch verwendet wird. Produktstyling versucht einen konstanten Absatzmarkt zu schaffen, indem es die Hülle seiner Produkte in kurzen Zyklen verändert. Dabei hat die Formgebung des Produkt nichts oder nur noch sehr wenig mit dessen Funktion, der Technik oder mit Überlegungen zu Ergonomie oder Materialverwendung zu tun. Das Styling übernimmt Formen und Stile aus anderen historischen Epochen oder Bereichen, ohne dass diese notwendigerweise einen Zusammenhang mit dem gestalteten Produkt aufweisen.²⁹ Die Vorgehensweise des Stylings hat den Vorwurf, Design sei grundsätzlich reine Oberflächenverschönerung, noch erhärtet.³⁰ Und auch heute wird Design das Styling-Image nicht los, da tatsächlich viele Produkte zur Verkaufssteigerung einfach geschönt werden.³¹

Also grenzt sich die Kunst von Dekoration auf Grund der oben genannten Gründe bewusst ab, um ihr reflexives Selbstverständnis von Autonomie zu bewahren. Dekoration ist in der zeitgenössischen Kunst eher unter der Prämisse eines strengen, reflexiven Konzepts denkbar.³²

Den Vorwurf der Dekoration mussten sich die modernen, abstrakten Maler monochromer Farbfelder in den 1950er Jahren auch gefallen lassen, da sie in den Augen der Kunstkritiker Produkten des Industriedesigns geradezu erschreckend ähnlich sahen. Man sieht also, dass der Gedanke von Dekoration sich im Laufe der Moderne vom reinen Ornament gelöst hat und nun auch auf andere formale Entwicklungen übertragbar wurde. Diese Vorstellung hinkt dem zeitgenössischen Designbegriff, der Analyse, Planung, sowie komplexe Denk- und Entwurfsprozesse beinhaltet etwas hinterher, zeigt aber, wie wenig sich die Disziplinen austauschen und gegenseitig verstehen.

Hiermit ist Coles jedoch nicht allein. Auch wenn sich die Rezeptionsweise und das Verständnis von Kunst und Design in den letzten Jahren sicherlich erweitert haben, muss man sich doch darüber im Klaren sein, dass streng hierarchische Terminologien bis in die 1990er Jahre von der Kunstkritik verwendet wurden, und dies bis heute nachwirkt. So forderte Hal Foster 2002 in der Tradition von Adolf Loos' »Ornament und Verbrechen« mit seinem Buch »Design and Crime (and other diatribes)«³³, zu deutsch: »Design und Verbrechen (sowie andere Schmähschriften)«, eine größere Spezifizierung der Disziplinen. Und allein die Wortwahl des Titels verrät einiges über die Haltung des Autors gegenüber Design sowie über den historischen Kontext, in den er Design als Disziplin heute setzt. »Maybe we

29

Die daraus entstehende formale Beliebigkeit wird jedoch auch von Seiten des Designs häufig kritisiert. So stellt das Wörterbuch Design fest, dass »Design (in der Ausrichtung auf Styling, Anm. d. A.) seine soziokulturelle Verantwortung« vernachlässige und »sich ausschließlich in den Dienst unternehmerischer Gewinnorientierung« stelle. In: Wörterbuch Design. Begriffliche Perspektiven des Design, 2008, Seite 387.

30

Vgl. Schneider, Beat: Design. Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, 2005, Seite 94 ff.

31

Dies mag auch für die Kunst gelten dort, wo eine gezielte Marktausrichtung mit geschönten Oberflächen den Verkauf von Kunstwerken steigern soll.

32

Dies gilt jedoch mit Einschränkung, denn in der Geschichte der Kunst verschiedene Ansätze dekorativen Arbeitens. So verteidigte beispielsweise der französische Maler Henri Matisse die dekorative Kunst mit den Worten: »The decorative for a work of art is an extremely precious thing. It is an essential quality. It is not pejorative to say, that the paintings of an artist are decorative.« Zitiert aus: Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, 2005, Seite 22.

33

Foster, Hal: Design and Crime (and other diatribes), Verso Verlag, London 2002.

are in a moment, when distinction between practises might be reclaimed or remade.«³⁴ Foster führt seine Position weiter aus und setzt die zunehmende Wichtigkeit von Design in den Zusammenhang einer generellen Kulturkritik: »a primary form of this pervers reconciliation in our time is design.«³⁵

Auch in vielen jüngeren Publikationen herrschen klassische Vorstellungen einer Hierarchie der Disziplinen vor. So auch im Katalog des Kunstmuseums Wolfsburg: »Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst«, in welchem Anette Tietenberg über den Möbelhersteller Vitra schreibt: »Bei Vitra hingegen spricht man weniger die Emotionen, als den Intellekt an, wenn man damit wirbt, dass die Produkte nicht ›zwingend auf den ersten Blick gefallen und verstanden werden: sie haben zunächst etwas Befremdendes an sich, da sie bestehende Vorstellungen darüber, wie ein Möbel aussehen und wozu es dienen soll, in Frage stellen. Der Grund dafür ist klar: Die Möbel sind mehr Konzept- als Styling-orientiert.«³⁶ Diese Aussage wertet sie als Anzeichen, dass »die Kunst dem Design immer noch um Längen voraus«³⁷ sei, eine Schlussfolgerung, die weder logisch noch zwingend erscheint. Konzept und damit einhergehende Komplexität und Reflexion scheinen für Tietenberg der Domäne der Kunst anzugehören, auch wenn sie im gleichen Text darauf verweist, dass der Abstand der Disziplinen zueinander immer geringer wird.

Dan Grahams Forderung nach einer Beschäftigung mit Design, um auch künstlerische Prozesse angemessen bewerten zu können³⁸, könnte also auch im Sinne einer grundsätzlicheren Diskurskritik auf die Kunstkritik angewandt werden.

Das Phänomen einer Konvergenz der Disziplinen wird in der Literatur beinahe ausschließlich aus der Perspektive der Kunst oder Kunstrezeption beschrieben, die in den Grenzgängern unter den Designern oft lediglich Kopisten künstlerischer Strategien sieht, die das eigene Ego aufbessern und mit experimentellen Kleinserien oder Einzelobjekten viel Geld verdienen wollen.³⁹ Der Vorwurf, Designer wollten mit Einzelobjekten einfach schnelles Geld machen, kommt interessanterweise aber auch aus den Reihen der Designer, wie zum Beispiel von Volker Albus⁴⁰, der seit den 1980er Jahren ebenfalls im Grenzbereich zwischen Design und Kunst aktiv ist.⁴¹ Interessant an diesem Vorwurf ist, dass er in nahezu jeder Publikation zum Thema Kunst / Design auftaucht, so auch im bereits erwähnten Wörterbuch Design.⁴² Offensichtlich scheint ein gut verdienender Designer, der mit einer simplen ökonomischen Strategie, – nämlich Verknappung – arbeitet, die zudem eng an die Idee des künstlerischen Originals gekoppelt ist, gegen einen ethischen Kodex seiner Disziplin zu verstoßen, denn bewertet wird hier nicht mit den Kriterien der Ökonomie, sondern einer Moral, die aus bestimmten gesellschaftlichen Rollenzuweisungen entspringt. Was in der Kunst vollkommen gängig ist, nämlich fremde Strategien zur Konzeption eigener Arbeiten zu verwenden und damit etwas Neues zu schaffen, scheint dem Design nicht in gleichem Umfang – oder wenn, dann nur mit einem leichten Beigeschmack – gestattet zu sein. Und selbst der Autor Beat Schneider kann sich eine kleine Spitze gegen das Autoredesign der 1980er Jahre nicht verkneifen und sagt: »Nun ließen sich immer mehr Designer als

34
Ebd., Seite 14.

35
Ebd., Seite 19.
Foster setzt den Begriff des Designs in seiner Streitschrift mit Begriffen wie Branding, Werbung oder Konsumkultur gleich und kritisiert Design in ähnlicher Weise, wie Theodor W. Adorno und Max Horkheimer die Kulturindustrie kritisierten.
(Vgl.: Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Fischer Verlag, Frankfurt 1988)
Kunst und Kritik, die bei Foster gemeinsam aufgeführt werden (vielleicht gar gleichbedeutend gedacht werden), stehen in seiner Vorstellung Design und Architektur gegenüber. Letzteren wird vorgeworfen, die Gesellschaft in übersteigerten Konsum, eine kommerzielle Kultur und ein Verhalten zu treiben, welches sich nur am modischen Lifestyle orientiert. Gert Selle beschreibt die Kritik der Frankfurter Philosophen an der Kulturindustrie in Übertragung auf Design wie folgt:
»Theoretisch kann Design in diesem Zusammenhang nur zur Entmündigung der Massen beitragen, weil sich darin ökonomische Interessen und kulturelle Entfremdungsmotive spiegeln.« In: Selle, Gert: Geschichte des Design in Deutschland, 2007, Seite 255.
Mit dem Vorwurf der Unterstützung eines unreflektierten Konsum muss sich Design als Disziplin durchaus kritisch auseinandersetzen. Die Kunst jedoch als alleinigen Hort der Kritik zu feiern und Design damit auch die Verantwortlichkeit zur kritischen Reflexion abzusprechen, kann jedoch durchaus werden. Denn wie Gert Selle in »Ideologie und Utopie des Design« ausgeführt hat, war Design über weite Strecken seiner Geschichte aufs Engste mit sozialen Utopien verbunden. Eine Tatsache, die auf sein gesellschaftskritisches Potenzial verweist.
Vgl.: Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, DuMont Verlag, Köln 1973.

36
Coles, Alex: Designkunst. Der Kern des Produktdesigns, in: Projekt Vitra, 2008, Seite 363, zitiert in: Tietenberg, Annette: Die Verklärung der Dinge, in: Brüderlin, Markus/Lütken, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 236.

Künstler und medienpräzente Stars feiern. Das Kunst-Design erlaubte es vielen Designern – es waren fast ausschließlich Männer –, sich als Künstler zu gebärden.«⁴³ Schneider deutet damit an, dass sich Autorentdesigner in einer bestimmten Weise aufführten, die der Rolle eines Designers nicht angemessen sei. Traditionelle Künstlerbilder, die auf ein Verständnis des Künstlers als gottgleichem, genialen Schöpfer rekurrieren, scheinen hier eine Rolle zu spielen. Ein (Selbst-)Verständnis als Schöpfer und damit potentiell einhergehendes »Startum« scheinen der Rolle des Designers aus der Sicht Schneiders offenbar nicht angemessen. Schneiders Aussage formuliert, dass Designer sich zwar »gebärden« wie Künstler – es aber eigentlich nicht seien, ohne die Frage zu stellen, warum ein Designer überhaupt ein Künstler sein wollen sollte, bzw. warum einer bestimmten Berufsgruppe das medienwirksame Verhalten einer anderen Berufsguppe nicht zustehen sollte.

Es irritiert, dass die Annäherung von Kunst und Design offenbar mehr aus einem bestimmten tradierten Rollenverständnis der Akteure kritisiert wird, als aus einem bestimmten Verständnis des Aufgabengebiets, Design- oder Kunstbegriffs. In Ermangelung dieser Grundlagen kann der theoretische Diskurs auch nicht über eine Analyse der vorliegenden Arbeiten geführt werden. Es werden an dieser Stelle die mediale Selbstinszenierung sowie die individuelle (Selbst-) Vermarktung der Designer aus moralischer Perspektive bewertet, was mit der Analyse von Prozessen und Objekten an sich nur noch wenig zu tun hat. An dieser Stelle deutet sich auch ein Konflikt zwischen Theorie und Praxis an, denn wie in Kapitel 3.2 und 3.3 beschrieben, lassen viele Designer und Künstler traditionelle Rollenzuschreibungen nicht mehr für sich gelten.

Doch auch wenn Publikationen wie »Wörterbuch Design. Begriffliche Perspektiven des Design«⁴⁴ das Verhältnis von Kunst und Design gar nicht behandeln und damit auch nicht als eine Interaktion mit aussichtsreicher Perspektive für die Designdisziplin betrachten, gibt es einige Stimmen, die das anders sehen. So erkennt Designtheoretiker Gert Selle manche der Objekte zwischen Kunst und Design als außerordentliche Leistungen an und bemerkt: Es »entstehen auf der Scheidelinie zwischen Kunst und Design gelegentlich Formen von besonderer Reflexivität und hoher semantischer Faszination. Was professionelle Designer sich im Entwurf von Serienproduktionen nicht leisten können, wird in den Hinterhofateliers der Bricoleure auf ebenso überraschende wie überzeugende Weise möglich: Im Entwurf eine Antwort auf die kulturelle Situation zu geben, etwas sichtbar zu machen, was im üblichen Design sich derart intellektualisiert oder sensibel nicht äußern kann oder darf.«⁴⁵

Und auch verschiedene andere aktuelle Reflexionen aus dem Bereich der Theorie gehen davon aus, dass es langfristig eine Annäherung der Disziplinen Kunst und Design geben wird. So schreiben die Kuratoren Petra Wenzel und Werner Lippert vom NRW-Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf im Vorwort des Katalogs zur Ausstellung »UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design«: »Das Zusammengehen von Kunst und Design [ist] Teil jener ›Konvergenz‹, die wir immer wieder in unseren Ausstellungen beschreiben. Und in diesem Fall scheint es sich um eine Konvergenz zu

37
Ebd., Seite 237.

38
Siehe Fußnote 12, Kapitel 3.2.

39
Vgl. Lippert, Werner: Please do not sit /sit on my chair, in: Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, Seite 31.

Vgl. Tietenberg, Annette: Die Verklärung der Dinge, in: Brüderlin, Markus/Lütken, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 236.

40
Design Art ist wie Fleisch-Fisch, in: designreport 05/2009, Seite 39.

41
Millionen Menschen verdienen auf verschiedenste Arten auf der Welt viel Geld. Viele ihrer Strategien sind aus moralischer Sicht vermutlich verwerflicher als Möbelunikate herzustellen. Und dennoch ärgern sich die Kritiker auf beiden Seiten. Es wäre sehr interessant die Vorstellungen über die Rolle des Designers – im Vergleich zum Künstler, für den es scheinbar kein bisschen verwerflich ist, seine »nutzlosen« Objekte für viel Geld unters Volk zu bringen – unter diesem Aspekt weiter zu beleuchten, kann jedoch im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter verfolgt werden.

42
Vgl. Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, 2008, Seite 42.

43
Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. 2005, Seite 200.

44
Vgl. Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, 2008.

45
Selle, Gert: Designgeschichte in Deutschland, 2007, Seite 272.

handeln, deren Entwicklung Wirtschaft und Ästhetik in den kommenden Jahren weiterhin prägen und verändern wird.«⁴⁶ Und Karola Krauss, Direktorin der Kunsthalle Baden-Baden, geht davon aus, dass »die Annäherung von Kunst und Design [...] nicht einfach eine Mode des Kunstbetriebs, sondern ein grundlegender Prozess [ist], der in der Entwicklung der Moderne angelegt ist. Neben dem Wechselspiel von Skulptur und Architektur gehört er zu den aufregendsten Phänomenen des 20. Jahrhunderts.«⁴⁷

Vielleicht ist es aber gerade das Konfliktpotenzial der Grenzüberschreitung und die Unsicherheiten bei Kategorisierung und Rezeptionsweise, welche das Phänomen der Designkunst oder des Autorendesigns reizvoll machen. Ambra Medda, Leiterin der Designmessen Basel und Miami, beschreibt die Unsicherheiten, aber auch die inhaltlichen Potentiale auf allen Seiten sehr gut, wenn sie sagt: »It's an exciting time, but a lot of people feel slightly uncomfortable with it. They want to know if it's art or design, what's going on [...]. But this whole process is exciting precisely because you can't categorise it.«⁴⁸

46

Wenzel, Petra/Lippert, Werner: Vorwort, in: UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009, Seite 5.

47

Krauss, Karola: Vorwort, in: Entre deux actes – Loge de comédienne, 2009, Seite 11.

48

Wallpaper Interview mit Ambra Medda, 7.12.2007: <http://www.wallpaper.com/interiors/ambra-medda-qa/1947> geöffnet am 07.11.2010.



Abb. 7: Maarten Baas, Where There's Smoke Zig Zag chair (Rietveld), 2004 – burning, H 77,47 cm, B 35,88 cm, T 49,53 cm, © Maarten Baas, San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco

4



Die Veränderung des Kunstmarktes seit dem Jahr 2000

- 4.1 Die Etablierung des Segments Design Art
- 4.2 Käufer und Trends
- 4.3 Musealisierung von Design und die Auswirkungen auf den Markt
- 4.4 Zum veränderten Verhältnis von Kunstmarkt und Kunstsystem
- 4.5 Die aktuelle Situation: Kunstmarkt und Finanzkrise 2008/09
- 4.6 Zustand und Zukunft der Kreativwirtschaft

Kunst und Design nähern sich heute tendenziell einander an, beeinflussen sich gegenseitig und reagieren aufeinander. Design wird aber zunehmend auch gesammelt, ausgestellt, erforscht und institutionalisiert. Und häufig geschieht dies alles an denselben Orten, an denen es auch mit Kunstwerken geschieht.

Um die Entwicklungen auf der Grenze zwischen Kunst und Design richtig einordnen zu können, ist es unerlässlich, auch den kommerziellen Kontext zu betrachten, in dem diese Entwicklungen stattfinden. Denn der Kunstmarkt ist zwar ein Subsystem des Kunstsystems und funktioniert primär nach ökonomischen und erst sekundär nach ästhetischen Kriterien, zeigt aber dadurch die wirtschaftlichen Bedingungen auf, unter denen Kunst – und in manchen Fällen heute auch Design – gehandelt und damit auch produziert wird.

Design im Sinne der Industrieproduktion, der Gestaltung von Systemen und Prozessen oder auch als Dienstleistung benötigt den Kunstmarkt als Absatzmarkt eigentlich nicht. Doch der Kunstmarkt organisiert sich neu und integriert heute bestimmte Formen des Design. Anders als zu Zeiten Donald Judds besteht heute für Design, das in limitierten Editionen hergestellt und im Kontext des Kunstmarktes verkauft wird, eine Chance auf enorme Preissteigerung.

Während Museen und Ausstellungsräume, die ohne ökonomisches Interesse agieren, sicherlich von großer Bedeutung für die Rezeption und den Diskurs von Kunst und in mancherlei Hinsicht auch für Design sind, zeigt sich auf dem Kunstmarkt hingegen eine reale Nachfrage für bestimmte Objekte in Form von Kunden und Preisen. Auf dem Markt wird nicht nur verkauft. Er sorgt mit Rekordpreisen auch für medienwirksame Schlagzeilen und damit für eine bestimmte Form der Wahrnehmung von Kunst und Design in einer breiten Öffentlichkeit und wirkt auf diese Weise sowohl auf sich selbst, d.h. den Markt, als auch auf das öffentliche Interesse zurück. Denn Entwicklungen und Bedingungen des Kunstmarktes sind immer wieder Thema in Kunst und Kunstkritik. So entwickelten sich beispielsweise große Teile der künstlerischen Strategien der Fluxusbewegung als Gegenposition zum herrschenden Kunstverständnis des Kunstmarktes. Markt und Kunstdiskurs agieren demnach nicht vollkommen unabhängig voneinander und deshalb sollen im Folgenden Marktentwicklungen ebenso wie die Veränderung von Marktmechanismen aufgezeigt werden, die einer inhaltlichen Annäherung von Kunst und Design in ökonomischer Hinsicht entsprechen könnten.

4.1 Die Etablierung des Segments Design Art

Der Kunst- und der Designmarkt sind Indikatoren, an denen sich einige Tendenzen für eine Konvergenz von Kunst und Design ablesen lassen. Nach einer Studie, die von der Messe Tefaf/Maastricht in Auftrag gegeben wurde, wuchs der Kunstmarkt 2007 international mit Raten von 11%¹ – was in heutigen Zeiten ein immenses Wachstum bedeutet. Innerhalb dieses wachsenden Marktes wurde in den letzten Jahren auch vermehrt mit Design

¹
Vgl. Herstatt, Claudia: Glanzvolle Neuzugänge, 12.03.2009, http://www.art-magazin.de/kunstmarkt/16446/tefaf_2009_maastricht, geöffnet am 07.11.2010.

gehandelt. Den Design- und Kunstmarkt voneinander zu trennen, ist heute relativ schwierig, da sich diese Bereiche vermischen. Die Nachfrage nach Design in Form von handgemachten Editionen, Kleinserien und Einzelstücken steigt stetig. Diese Stücke werden nun auf die gleiche Weise wie Kunst verkauft: In Galerien und auf großen Fachmessen und auch immer mehr im Rahmen des klassischen Kunstmarktes, wie im Folgenden noch ausgeführt werden wird. »Der Designmarkt ist rasanter gewachsen, als der Kunstmarkt [...], weil immer mehr Museen und Sammler erkannt haben, dass dieser Bereich verkannt wurde«² kommentiert der Designgalerist Ulrich Fiedler aus Berlin diese Entwicklung.

2
Neue Design-Galerien in Berlin, in: Kunstzeitung 159, Schwerpunkt Design, 2009, Seite 20.

Nach dem Jahrtausendwechsel begann sich die Annäherung von Kunst und Design auf dem Markt stark zu beschleunigen. Noch in den 1980er Jahren waren die Möbelklassiker der Moderne sowohl in der Form von billigen Kopien, legitimen Auflagen, wie auch als Originale erhältlich. Die Verfügbarkeit verringerte sich jedoch naturgemäß im Laufe der nächsten 20 Jahre. Und mit dem Jahrtausendwechsel setzte ein verstärktes Interesse für modernes Design ein, das nach dem Zweiten Weltkrieg produziert worden war. Als schlichten Grund sieht James Zemaitis, Direktor der Designabteilung für das 20. Jahrhundert von Sotheby's, das Ende des Millenniums, das von vielen Käufern als das Ende einer Ära gesehen wurde. Die Stücke, eben noch beinahe Gegenstandsobjekte, stammten nun aus dem alten Jahrtausend, galten damit als historisch und gewannen an Wert.³ »Aber der Design-Klassiker-Markt war irgendwann ausverkauft«, sagt Thorsten Bröhan⁴, Designsammler, -kurator und -galerist aus Berlin, der bereits in den 1980er Jahren vereinzelt – und damals vom Kunstestablishment heftig kritisiert – begann, Designklassiker der Moderne wie die Stahlrohrsessel von Marcel Breuer auf Kunstmessen vorzustellen. »Für einen gerade erst entstandenen Markt wurde Nachschub benötigt.«⁵ Die Nachfrage wurde auf zeitgenössisches Design übertragen, das binnen kürzester Zeit auf dem Markt unter der Bezeichnung »Design Art« ebenfalls höchste Preise erzielte und damit in den Medien für Schlagzeilen sorgte.

3
Vgl. Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw Collectors, 14.12.2006, Businessweek online.

4
Schmidt, Petra: Der neue Markt; in: Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 04/2007, Seite 60.

5
Ebd.

Der Begriff »Design Art« wird in der Regel Alexander Payne vom Auktionshaus Phillips de Pury zugeschrieben, der ca. 1999/2000 unter diesem Ausdruck ein neues Segment auf dem Kunstmarkt formierte, welches sich auf handgemachte Objekte sowie kleine experimentelle Editionen spezialisiert hat. Der Ausdruck Design Art stieß jedoch bei Designern, Künstlern und Galeristen aufgrund der Vermischung der Begriffe Kunst und Design derart auf Widerstand, dass Payne den Begriff im Jahr 2008 »öffentlich zurück [nahm]«⁶ – wenn das mit Wörtern, die sich im Sprachgebrauch einigermaßen etabliert haben, überhaupt möglich sein sollte. Die Designtheoretikerin Sophie Lovell beobachtet, dass nun zusätzlich zum Ausdruck Design Art in jüngerer Zeit häufig der Ausdruck »Limited Edition« für zeitgenössische Designobjekte verwendet wird, der aber im Grunde das gleiche Phänomen beschreibt, die Begriffe Kunst und Design jedoch wieder getrennt hält.⁷ Da in der Kunst ebenfalls Objekte in definierten – also limitierten – Auflagenhöhen produziert und verkauft werden, trägt dieser Begriff ebenfalls nur oberflächlich dazu bei die Problematik der Begriffsfindung zu klären.

6
Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 111.

7
Ebd., Seite 115.

Die Preissteigerung verlief sowohl bei Möbelklassikern wie auch bei zeitgenössischem Design geradezu exponentiell. Während die Stahlrohrstühle von Marcel Breuer vor 20 Jahren 2000 bis 3000 Mark kosteten, erreichen sie heute ein Preisgefüge, das je nach Alter und Zustand, bis zu 100.000 Euro erreichen kann.⁸ 1985 noch war der Designer Marc Newson froh, zehn Exemplare seiner Lockheed Lounge für einen Stückpreis von 1000 Pfund verkauft zu haben. Heute, 24 Jahre später, ist der Preis beinahe um das Tausendfache gestiegen.⁹ 2005 wurde parallel zur Kunstmesse Art Basel Miami Beach die Designmesse Design Miami eröffnet, 2006 folgte eine weitere Messe parallel zur Kunstmesse Art Basel. Beide Messen verkaufen ausschließlich limitierte Editionen oder Einzelobjekte und werden auf dem Markt als glamouröse Trendsetter gefeiert. Im Juni 2009 kaufte der amerikanische Schauspieler Brad Pitt dort das Exemplar einer limitierten Edition von Chaiselongues des Atelier van Lieshout und löste damit einen Run auf das Objekt aus – der Preis stieg entsprechend.¹⁰

Ambra Medda, Gründerin und Leiterin der Messen, die mit einem feinen Gespür für den aufkommenden Trend dem kommerziellen Designmarkt einen neuen Rahmen gab, wird in der Businessweek über die Änderung der Markt- und Käuferstruktur folgendermaßen zitiert: »the same real estate moguls, top corporate executives, and hedge-fund managers known for shelling out millions for contemporary art are starting to buy more 20th-century design pieces as a way of diversifying their collections – and investments.« Und weiter: »We open a new world of collecting.«¹¹ Während die Designgaleristen und -händler die Messe zuvor eher als einen schlichten Handelsplatz begriffen und ihr Sortiment ohne viel Aufwand als einfaches Produktangebot präsentierten, legt Medda bei beiden Messen großen Wert darauf, dass die vertretenen Gallerien ihre Stände als Ausstellung in einem künstlerischen und kulturellen Sinn begreifen und die Stücke aufwendig und ähnlich wie Ausstellungen in Museen oder Gallerien inszenieren. Die neue Form der Präsentation wertet die Objekte natürlich unheimlich auf, und sowohl Exklusivität, Käuferlebnis aber auch die Erfahrung von Design wird vollkommen anders vermittelt.

Interessanterweise sind auf diesen Messen jedoch vor allem die klassischen Ideen und Gesten der Originalität von Kunstwerken gefragt: Je kleiner die Auflage, desto höher ist der Preis – aber desto beliebter und entsprechend schnell verkauft. Die Galeristin Saskia Copper, Mitinhaberin der Vivid Gallery aus Rotterdam, rät ihren Designern gar, die eigenen Objekte zu signieren, damit sie an Wert gewinnen.¹² Eine Praxis, die im avantgardistischen Kunstbetrieb heutzutage mehr als passé gilt, und von Vertretern des funktionalistischen Designs schon immer gänzlich abgelehnt wurde.

Aber auch die Mechanismen des Kunstmarktes werden in verstärktem Maße auf die Designobjekte und Designer angewandt. Der Druck, ständig Neues, nicht nur in reiner Form, sondern auch in neuen Konzepten und Ideen zu liefern, wächst. So sagte die Managerin der Galerie Priveekollectie aus Holland dem Kunstmagazin Art auf der Messe Design Miami/Basel 2009, sie zeige nun die neue, junge Generation von Designern – nach Maarten Baas.¹³ Maarten Baas, Geburtsjahr 1978, und jüngster Shootingstar auf dem Markt, schloss 2002 an der Designakademie Eindhoven ab.

8

Vgl.: Dogramaci, Burcu: Klassiker zum Besitzen; in Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 07/2002, Seite 75.

9

Liegend an die Spitze, in: Artinvestor Themenheft Design 06/2009, Seite 56.

10

Design Goes Glamour, in: designreport, Schwerpunkt Kunst + Design, 2009 05/2009, Seite 45.

11

Jana, Reena: Design Miami: Sun, Surf, and Sale, Businessweek online 12.12.2006.

12

Design goes Glamour, in: designreport, Schwerpunkt Kunst + Design, 05/2009, Seite 45.

13

Vgl. Peus, Camilla: Pustebumenleuchten und Gipsgebirge, in: Art. Das Kunstmagazin online, 11.06.2009.

Der junge Designer wird in den Medien vor allem dafür kritisiert, nach seiner Abschlussarbeit, die er im Anschluss modifizierte, ausweitete und auf Anfrage mehrfach individuell anfertigte, lediglich eine weitere Kollektion an Möbeln produziert zu haben, die ähnlich spektakulär und aufregend – und verkäuflich – ist wie seine Examensarbeit.

Design übernimmt also nicht nur formale Aspekte oder experimentelle Herangehensweisen der Kunst, sondern bedient sich in jüngerer Zeit immer stärker ihrer spezifischen Verkaufsformen. 2008 fand bei Sotheby's erstmals eine Auktion statt, auf der ausschließlich Modern and Contemporary Design verkauft wurde, im gleichen Jahr eröffnete die Kunstmarkt-Datenbank Artnet einen Design-Marktplatz. Ebenfalls seit 2008 ist mit der Designer's Gallery das erste Mal eine Galerie auf der Art Cologne zugelassen worden, die ausschließlich mit Design handelt.¹⁴ Traditionell müssen die Aussteller bei den großen Kunstmessen ein Auswahlverfahren durchlaufen, welches das Programm und die Positionierung der Galerie prüft, um ein bestimmtes Niveau so wie ein zeitgemäßes und qualitatives Angebot sichern zu können. Hier zählen nicht ausschließlich wirtschaftliche Interessen, sondern auch die inhaltliche Arbeit der Galerie ebenso wie die Arbeit der Künstler.

Der Kunstmarkt, lässt sich daraus schließen, hat die Arbeiten von Designern also bereits anerkannt. Und im Gegensatz zum Neuen deutschen Design, das in den 1980er Jahren mit handgearbeiteten Möbeln, Collagen, Materialexperimenten, Unikaten und Kleinserien auffiel, aber aus ökonomischer Sicht relativ erfolglos blieb, können zeitgenössische Designobjekte auf dem Kunstmarkt Höchstpreise erzielen. Während die Lockheed Lounge des Designers Marc Newson im Jahr 2000 auf dem sekundären Markt noch 90.000 Dollar einbrachte, wurde sie 2006 bei Sotheby's für den Rekordpreis von 864.300 Dollar verkauft. In London wurde die Arbeit 2007 für 650.000 Pfund (1,32 Millionen Dollar) bei Christie's versteigert und im April 2009 bestätigte das Auktionshaus Phillips de Pury den Verkauf der Lockheed Lounge zu einem nochmals gestiegenen Preis von 1,4 Millionen Dollar.¹⁵ Damit erreichte das Objekt den höchsten Preis, der jemals für das Werk eines lebenden Designers gezahlt wurde

Wenn diese Zahlen auch nichts über gestalterische Qualität verraten, so zeigen sie jedoch, dass Designobjekten ein neuer Wert zugesprochen wird, der weit über das hinausgeht, was bisher für »Gebrauchsgegenstände« oder selbst Designklassiker gezahlt wurde. Wie Kunst auch, wird Design zum Gegenstand von Spekulation und extremer Wertzuschreibung. »Was den Rekordpreis zur Nachricht macht, ist das offensichtliche Missverhältnis zwischen Preis und Ware« sagt Hanno Rauterberg. »Und je höher der Preis ist, der für ein Werk gezahlt wird, desto klarer das Signal: Eigentlich ist Kunst [und auch Design, Anm. d. Autorin] unbezahlbar.«¹⁶

Was uns diese Preise außerdem verraten ist, dass die Investoren davon ausgehen, dass diesen Objekten ein bestimmter Wert zukommt, der in Zukunft weiter steigen wird. Da sich dieser Wert nicht aus dem Materialwert erklärt, handelt es sich hier um eine kulturelle Wertzuschreibung, die die Gesellschaft selbst produziert. Man kann also davon ausgehen, dass Design als kulturellem Wert in Zukunft eine größere Bedeutung zugesprochen wird.

14

Vgl. Hoch, Jenny: Die Couch zum Bild, in: Spiegel Spezial 04/2008, Seite 96.

15

Liegend an die Spitze, in: Artinvestor Themenheft Design 06/2009, Seite 56.

16

Rauterberg, Hanno: Und das ist Kunst? Eine Qualitätsprüfung, 2007, Seite 33.

Auf dem Kunstmarkt hat sich also unter dem Begriff Design Art ungefähr um den Jahrtausendwechsel ein eigenes Marktsegment gebildet, das stetig steigende Umsätze und spektakuläre Millionenverkäufe zu verzeichnen hat. Dirk Boll, Managing Director bei Christie's in der Schweiz, fasst die allgemeine Faszination wie folgt zusammen: »Vom Utilitarismus losgelöst, werden Design-Objekte immer häufiger als eigenständige Werke der Bildenden Kunst angesehen und bewegen sich als ›Design Art‹ in einem Spannungsfeld zwischen Skulpturen, angewandter Kunst und reinen Gebrauchsobjekten, aber auch von Architektur und Konstruktionsmodellen.«¹⁷ Strukturell hat sich der Kunstmarkt aber auch im Hinblick auf die Interessen der Käufer verändert. »Laut [Alexander] Payne [...] ist jetzt ›cross-marketing‹ angesagt: Wer moderne Kunst kauft – Sammler, Berater, Inneneinrichter – kauft nun auch modernes Design.«¹⁸

Nach Expertenansicht sind es vor allem die jüngeren Käufer und Sammler, die in Design oder Design Art investieren. Denn trotz der gestiegenen Preise ist der Markt für Designobjekte noch nicht vollständig auf dem Preisniveau des Kunstmarktes angekommen. »Collectors who are new to the market appreciate the design market. Design offers accessibility for them«, so Marcus Tremonto, Spezialist der Designabteilung des Auktionshauses Philips de Pury.¹⁹ Während David Revere McFadden, Kurator des New Yorker Museums für Kunst und Design (MAD), kulturelle Gegebenheiten als Gründe einer bestimmten Formwahrnehmung ansieht: »I think [...] [Design is] so resonant among younger [collectors] because they have grown up in airplane society, and can see the design of an airplane applied to a chair and appreciate the playfulness and imagination of the piece.«²⁰ McFadden beobachtet demnach eine gewisse Lust seiner Kunden, Formbeziehungen zwischen Kunst und Design herzustellen und gekaufte Objekte miteinander in Verbindung zu bringen.

Der Designmarkt bietet darüber hinaus also Überschaubarkeit und leichten Einstieg, gegebenenfalls sogar kombiniert mit der Funktionsfähigkeit gekaufter Objekte und einer inhaltlichen Zugänglichkeit, die die zeitgenössische Kunst oft nicht bietet.

Interessanterweise sind es aber dennoch Qualitäten der Originalität, die die Käufer zu reizen scheint. »These collectors look at design and understand that they can get a historic piece for say \$200,000, one that's so rare that there are only one or two in the world«²¹, so Tremonto. Die Nachfrage steigt also und bezieht sich vor allem auf Objekte mit den Worten Walter Benjamins, die Eigenschaften eines auratischen Kunstwerks besitzt: »einmaliges Dasein« und »historische Zeugenschaft«. Die Käufer wollen ein originales Objekt, das »echt«²² ist, und diese Echtheit scheint eine Eigenschaft zu sein, die ein anonymes Produkt, das in hoher Auflage produziert wurde, nicht vermitteln kann. Auch der Bezug zu einem namhaften Urheber scheint Vorstellungen von Authentizität und Echtheit zu vermitteln. Hier verweben sich traditionelle Vorstellungen von Kunst (Originalität) mit den Kriterien des Marktes und die Knappheit der Güter (Unikate, Kleinserien) bestimmt den Preis.

Während eine steigende Anzahl an exklusiven Designobjekten auf der einen Seite als eine Strategie der künstlichen Verknappung von Gütern

17

Schwager-Jebbink, Juliana: Objekte zwischen Kunst und Design; in: Handelszeitung Online & The Wall Street Journal 4.11.2009.

18

Hauschild, Joachim: Millionen für Tisch und Stuhl; in Art. Das Kunstmagazin; 06/2006, Seite 125.

19

Vgl.: Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw collectors, Businessweek online 14.12.2006.

20

Jana, Reena: Marc Newson and the Art of Design, Businessweek online 15.12.2006.

21

Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw collectors, Businessweek online 14.12.2006.

22

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, 1963, Seite 11ff.

angesehen werden kann, bedeutet es auf der anderen Seite jedoch, dass sich Design nicht mehr ausschließlich der Strenge industrieller Produktion unterordnet. Denn in der Herstellung von experimentellen Einzelstücken liegt ein großes Potenzial an gestalterischer Freiheit, das nun auch in ökonomischer Hinsicht genutzt werden kann. Verkauft werden hier nicht auf Herz und Nieren getestete Prototypen, sondern Ideen und Konzepte. Design kehrt damit zumindest in etymologischer Hinsicht an seine Ursprünge zurück, bezeichnete doch das *Disegno Interno* lediglich den Entwurf und nicht die finale Ausarbeitung eines Objektes.

Während sich also die Grenzen von Kunst- bzw. Designmarkt durch Wert- und Preisbildung sowie durch eine Neupositionierung von Galerien und Kunstmessen verwischen, werden auch traditionelle Vorstellungen von Kunst, wie beispielsweise der Begriff des Originals und weitergeführt auch Ideen von Autorschaft, auf Designobjekte übertragen.

Dazu kommt, dass Marketingexperten davon ausgehen, dass vor allem »eine neureiche Käuferschicht von Jungmillionären aus Russland, Asien und den Vereinigten Staaten zwischen Mode, Design und Kunst nicht mehr unterscheidet.«²³ Vieles spricht dafür, dass sich der Blick der Betrachter auf diese Objekte verändert hat: »Das Publikum sieht diese Arbeiten mit anderen Augen – das sind nicht nur Möbel, sondern Kunstwerke, die auch funktional sein können.«²⁴ Aus dem neuen Interesse an Objekten aus dem Grenzbereich zwischen Kunst und Design sowie aus den steigenden Verkaufszahlen, lässt sich ableiten, dass auf internationaler Ebene vermutlich in Zukunft mehr dieser Objekte in private Kunstsammlungen aufgenommen werden und sich auch der Umgang der Besitzer mit den Objekten verändern wird.

Denn diese Leute sind nicht nur Käufer und Kunden, die ausschließlich an seltenen Objekten interessiert sind, sie sind im klassischen Sinne auch Betrachter von Kunst und Nutzer von Design. Die Differenzierung von Kunst und Design stellt sich damit als problematisch dar, wenn Betrachter oder Verbraucher nicht mehr über urteilsfähige Kriterien verfügen, bzw. ein Unterschied für die Konsumenten schlicht nicht mehr wahrnehmbar ist. Denn was geschieht mit einem System, das von seiner Umwelt nicht mehr als System wahrgenommen wird? Da weder Kunst noch Design ohne Betrachter oder Benutzer auskommen, stellen sich hier auch grundlegende Fragen der inhaltlichen Vermittlung, beispielsweise durch Museen. Museen, die zwar einen genuinen Unterschied zwischen Kunst und Design machen, aber Design mit Kunstwerken und wie Kunstwerke im Kunstkontext ausstellen, sollten ihre Ausstellungspraxis im Hinblick auf das Ziel ihrer Vermittlung hinterfragen.

Interessant ist dies nicht nur für das weiter unten beschriebene Verhältnis von Sammlern und Museen in einem internationalen Kontext, sondern auch im Hinblick auf den Begriff von Kunst im Zeitalter globaler Märkte und international vernetzter Kommunikation. Die Trennung von Kunst und Design ist aus historischer Sicht ein relativ junges Produkt des bürgerlichen Europas im 19. Jahrhunderts,²⁵ und vielleicht in ihrer bisherigen Form in einer globalisierten und vernetzten Welt einfach nicht mehr haltbar.

23

Schwerfel, Heinz P.: Kunst adelt Luxusgüter; in Art. Das Kunstmagazin, 09/2008, Seite 114.

24

Pearl Lam zitiert aus: Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 225.

25

Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. 2005, Seite 223.

In Asien – einem global immer wichtiger werdenden Markt – wird traditionell nicht derart streng zwischen Kunst und Design unterschieden wie in Europa. Und der asiatische Kunstmarkt wächst, wie die Studie »Globalization and the Art Market« 2009 herausstellt. Im zeitgenössischen Kunstmarkt werden 40% von den USA, 16% von Großbritannien und bereits 24% von China umgesetzt.²⁶ Setzt man diese Zahlen in Zusammenhang mit der bereits erörterten Selbstdefinition der Künstler und Designer, lässt sich an dieser Stelle resümieren: Zum einen unterscheidet ein Teil der Produzenten nicht mehr in traditionellen Begrifflichkeiten, aber es ist auch durchaus fraglich wie stark die heutigen Konsumenten in Anbetracht ihrer verschiedenen kulturhistorischen Hintergründe zwischen Kunst und Design differenzieren. Dies belegt die anfängliche These, dass die aktuellen Entwicklungen einer Konvergenz von Kunst und Design heute unter gänzlich anderen Umständen stattfinden als im historischen Vergleich.

Der Markt reagiert auf diese Umstände mit einem neuartigen Produktangebot. So berichtet Markus Brüderlin davon, dass die Immobilienindustrie vor allem jungen Sammlern vollständig mit (Sammlerstücken aus) Kunst und Design ausgestattete und eingerichtete Wohnungen anbietet.²⁷ Brüderlin geht in seinem Text nicht weiter auf diese Tatsache ein. Man sollte sich jedoch fragen, was das für das Verhältnis von Kunst und Design zumindest aus der Perspektive des Marktes bedeutet. Die Tatsache könnte von Belang sein, da sie anzeigt, dass u.a. auf dem Markt Gesamtkonzepte verkauft werden, in denen dem einzelnen künstlerischen Werk keine herausragende Bedeutung mehr zukommt, sondern lediglich Fragen einer exklusiven Sammlung von Unikaten im Sinne eines Lifestyleprodukts eine Rolle spielen. Kunst und Design gehen hier in der Form eines Produktangebots eine Fusion ein, bei der es auf Auswahl, Kombination und Installation in einem größeren Raumkontext ankommt. Ein geradezu typisches postmodernes Produkt, in dem für den Käufer ein Unterschied zwischen Kunst und Design von keiner Bedeutung ist. Mehr noch, im Grunde liegt die Besonderheit des Angebots darin, dass sich der Kunde über solche Probleme auch keinerlei Gedanken mehr machen muss. Er bekommt mit der eingerichteten Wohnung eine Art repräsentatives Gesamtkunstwerk geliefert. Gerade die Fusion beider Disziplinen in einem Produktpaket bedeutet ein neuartiges Angebot, welches auf dem Markt eine bestimmte Klientel anspricht. Up- und Cross-Selling nicht ausgeschlossen.

Überhaupt spielt der Wohnraum für die Rezeption von Design eine große Rolle, werden die Möbel doch freistehend in einem großen Raum eher als ästhetische Objekte oder Skulpturen wahrgenommen. Und da der zur Verfügung stehende Wohnraum pro Kopf stetig steigt, und sich vor allem die Wohnräume finanziell besser verdienender Milieus durch Größe auszeichnen, ist dies ein wichtiger Faktor für die Rezeption von Design.

Der Trendforscher Peter Wippermann hat in einer Studie 2008 Wohn-trends untersucht. Als wichtige Faktoren für Entwicklungen der Zukunft sieht er vor allem eine »Ökonomie der Anerkennung«²⁸, ein Verlangen nach »persönliche[n] Angebote[n]«²⁹ und die zunehmende Wichtigkeit eines persönlichen (Einrichtungs-)Stils (»Personalstyle«³⁰) – alles Faktoren, die die Objekte im Grenzbereich zwischen Kunst und Design schon heute erfüllen.

26

Vgl. Herstatt, Claudia: Glanzvolle Neuzugänge, in: Art. Das Kunstmagazin online, 12.03.2009.

27

Brüderlin, Markus: Einführung, in: Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008 Seite 22.

28

Wippermann, Peter: Stilwerkstudie 2008 online, Stilwerk_03.pdf, Seite 14.

29

Ebd.

30

Ebd.

Unter den vier Hauptwohntrends fällt die Stilrichtung (mit dem zugegebenermaßen gewöhnungsbedürftigen Namen) »Hysteric Wonderland« auf. Sie zeichnet sich u.a. durch »limited Editions«, »private Kollektionen von kunstgewerblichen Unikaten« sowie eine »Rückkehr der Stardesigner als Künstler« aus.³¹ Das »Interior-Design wird [hier] zum Conaisseur-Code«³². Die Räume werden nicht mehr nur eingerichtet, sie werden als eigenständige Environments kreiert und installiert. Die Kombination der einzelnen Gegenstände soll ein einheitliches, repräsentatives Ganzes schaffen. Kunst und Design werden hier im Zusammenhang in ihrer Symbolfunktion zu einer Einheit.

31
Ebd., Seite 91.

32
Ebd., Seite 92.

In der Businessweek wird dieser Vorgang folgendermaßen beschrieben: »In other words, [...] [you] see art collectors searching for, say, a boxy bed by minimalist sculptor Donald Judd to coordinate with actual geometric sculptures by the same artist, or perhaps a collector's decorator wants to pair a curvy limited-edition chair by hip designer Ron Arad with a canvas depicting abstract nudes by contemporary art star Cecily Brown.«³³

33
Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw Collectors, Businessweek online 14.12.2006.

Diejenigen, die ihre Sammlungen noch selbst zusammenstellen, kaufen also nicht mehr das Bild passend zur Einrichtung, sondern die Einrichtung passend zur Kunstsammlung und stellen damit übergreifende Formbezüge her. Gesammelt wird nach dem Kriterium der Seltenheit (Originalität), welches auch einen steigenden Marktwert impliziert, und nach ästhetischen Kriterien, die kunst- und designübergeordnet funktionieren: Passen die Formen zueinander? Kann ein ästhetisches Gesamtbild erzeugt werden?

4.3 Musealisierung von Design und die Auswirkungen auf den Markt

Designausstellungen in Kunstmuseen haben sich erst im Laufe der letzten Jahrzehnte etabliert. Noch in den 1960er Jahren bekam der Künstler Richard Artschwager, dessen Arbeit sich auf skulpturale Weise mit der Repräsentation von Möbeln auseinandersetzt, von einem der größten New Yorker Museen einen Brief, in welchem folgendes zu lesen war: »I am sorry to tell you that the viewing program deals only with the realm of sculpture and painting. After looking at the photographs you send us, I am afraid that the committee feels that your work is more in the category of craft.«³⁴ Dieser Brief zeigt die damals weit verbreitete Ansicht, Möbel(-skulpturen) gehörten nicht in den Kontext von Kunst, sondern eher in ein Museum für Kunsthandwerk. Einen Wendepunkt der Ausstellungspraxis bezeichnet sicherlich die Documenta 8 in Kassel 1987, auf der mit Jasper Morrison das erste Mal ein Designer vertreten war und Kunst und Design im gleichen Kontext rezipiert wurden.³⁵ Heute findet Design im musealen Bereich international eine immer größere Beachtung und es entsteht eine Vielzahl neuer Ausstellungsorte. 2000 wurde eine der größten Design-Kollektionen Europas im Neuen Museum in Nürnberg eröffnet, die einen Schwerpunkt auf Design nach 1945 legt. Die Eröffnung der Neuen Sammlung der Pinakothek der Moderne in München folgte 2002 und zeigt neben Autodesign auch zeitgenössische Computergrafik. Das Copper-Hewitt in New York war 2004 das erste große Museum mit internationalem Einfluss, das eine Ausstellung

34
Zitiert aus: Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, 2005, Seite 55.

35
Die Präsentation von Design in einer Kunstaussstellung wurde (wie zu erwarten) auch kritisiert. So schreibt Brigitte Huck in ihrem Aufsatz »Die Möbel«, die Documenta 8 sei der Versuch »klebrige Hybriden [zu] erzeugen, die alles vermischen und neu aufkochen.« Huck, Brigitte: Die Möbel, in: Donald Judd Furniture. Retrospective, 1993, Seite 91.

zum Thema Design Art zeigte und die Auflösung der Grenzbereiche thematisierte. Wobei sich die heutige Präsentation und Inszenierung deutlich von den altmodisch anmutenden Museen für Kunsthandwerk und Gewerbe unterscheidet. So ließ das Museum für angewandte und zeitgenössische Kunst in Wien seine große Sammlung, bestehend aus Kunstwerken und Alltagsgegenständen verschiedener Jahrhunderte, von Künstlern wie Günter Förg oder Jenny Holzer einrichten und inszenieren.

Nicht alle sehen diese Entwicklung jedoch uneingeschränkt positiv. Hanno Rauterberg beispielsweise, Feuilletonjournalist der Zeit, beschreibt in seinem Buch »Und das ist Kunst? Eine Qualitätsprüfung«³⁶ die Zunahme von Design-Schauen eher unter dem Aspekt der Steigerung des Marktwerts von Museen. Da das Geld in den öffentlichen Kassen knapp sei, würden offene Stellen nicht besetzt und könnten keine großen Ankäufe (schon gar nicht zu den Preisen des aktuellen Kunstmarktes) gemacht werden. Außerdem fehle Geld für intensive Forschung. Die Museen müssten sich darum kümmern, Geld in die Kassen zu bringen oder sich um Kooperationen mit Sammlern bemühen. Um ersteres zu erreichen, müssen sie sich »um eine kaufkräftige Zielgruppe [...] [bemühen] und attraktive Umfeldler für Werbekunden [...] schaffen«.³⁷ Sie richten also die kuratorische Arbeit verstärkt auf den Markt aus. Der Zusammenhang lässt sich denkbar einfach herstellen: Ein großes Unternehmen, das beispielsweise Möbel oder Mode herstellt, wird natürlich eher zum Sponsor einer Ausstellung, wenn dort auch Möbel oder Mode gezeigt werden. Noch wahrscheinlicher wird es bereit sein, Geld zu geben, wenn sich in der Ausstellung ein oder mehrere Exemplare der eigenen Produktion finden lassen. Hanno Rauterberg zweifelt gar an der generellen Souveränität von Museen und nennt sie »Abspielstation für Fremdinteressen.«³⁸ Die Sammler dahingegen hätten »das Geld, das den Museen fehlt, sie haben die Kunst und häufig haben sie auch die Macht«, sagt Rauterberg.³⁹

Beim Auktionshaus Sotheby's schätzt man, dass 90% der Käufer von Designobjekten auch zeitgenössische Kunst sammeln, beim Rivalen Christie's verhalten sich die Zahlen ähnlich.⁴⁰ Und diese Objekte finden, als Leihgaben oder Donationen, Eingang in die staatlichen Sammlungen. So berichtet die Businessweek, dass der Cinderella Table des zeitgenössischen holländischen Designers Johan Verhoeven⁴¹, der bei Auktionen Preise von 200.000 Euro⁴² erreicht, von der Sammlerin Marie-Josée Kravis, an die ständige Sammlung des MoMA verschenkt wurde.⁴³

Die Musealisierung von Designobjekten, d.h. die Aufnahme in die großen Kunstsammlungen, spielt – ähnlich wie in der Kunst – eine große Rolle bei der Preissteigerung, gilt sie doch den meisten Käufern oder Sammlern als Garant für eine sichere Geldanlage. Institutionen wie das MoMA in New York beispielsweise, das über eine umfangreiche Designsammlung verfügt, sind Barometer, die die prognostizierte historische Bedeutung von Objekten anzeigen. Museen gelten als übergeordnete, unabhängige (eine fragwürdige Annahme, wie Rauterbach zeigt) Beobachtungs- und Bewertungsinstanzen von Kulturgegenständen und sind aus diesem Grunde auch für den Kunst- und Designmarkt relevant. Und so übt auch die steigende Anzahl von »Design-Museen besonders in Asien [...] zusätzlich Druck auf die Preise«⁴⁴ aus.

36

Rauterberg, Hanno: Und das ist Kunst? Eine Qualitätsprüfung, Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2007.

37

Ebd., Seite 65.

38

Ebd.

39

Ebd., Seite 55.

40

Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw collectors, Businessweek online 14.12.2006.

41

Übrigens ein weiteres Objekt, das sich in der Sammlung von Brad Pitt wiederfindet.

42

Vgl. Schaulin, Christian/Raderschad, Kristina: Trocken war gestern; in Art. Das Kunstmagazin, 03/2008, Seite 18ff.

43

Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw collectors, Businessweek online 14.12.2006.

44

Schmidt, Petra: Der neue Markt; in: Art. Das Kunstmagazin, 04/2007, Seite 61.

So sind Klassiker des Möbeldesigns ebenso wie jüngere Objekte beispielsweise von Marc Newson regelmäßig und international in Ausstellungen zu bewundern, welche die Vermittlung des Status »Designklassiker« garantieren. »Und da die Renditen, die beim Erwerb und Wiederverkauf von Kunst – vor allem zeitgenössischer – zu erzielen sind, bei Weitem die Margen von Börsengewinnen oder Immobilienverkäufen übersteigen«⁴⁵ – eine Aussage, die heute auch auf Teile des Designs zutrifft –, ist anzunehmen, dass auch die Leihgaben von Designobjekten an öffentliche Museen nicht ganz uneigennützig gemacht werden. Denn die gezeigten Objekte gewinnen durch die Ausstellungen an Bekanntheit und ihr Preis steigt.

Sicherlich ist gesellschaftliche Bildung im Hinblick auf Design und damit auch die Musealisierung, Aufbewahrung und Erforschung von Designobjekten wichtig und auch wünschenswert, um über die vergangene ebenso wie die gegenwärtige Produkt- und Konsumkultur reflektieren zu können. Doch sollte auch beachtet werden, in welcher Form die Musealisierung der Objekte, die zu einem Teil der Designgeschichte wird, vonstatten geht, und in wessen Interesse sie geschieht. Denn durch die oben genannte Abhängigkeit der Museen von bestimmten Sammlern wird die Perspektive des Sammlers, der immer auch eigene ökonomische Interessen im Hinblick auf den Kunstmarkt verfolgt, zur Perspektive des Museums. Es könnte die Gefahr bestehen, dass anonymes, unauffälliges, preiswertes Design, das keine Wertsteigerung auf dem Kunstmarkt impliziert, aus dieser Perspektive übersehen und weder ausgestellt, archiviert noch wissenschaftlich untersucht wird.

Das Machtverhältnis von Kunst und Kunstmarkt scheint sich zugunsten des Marktes verschoben zu haben. »Früher beeinflussten Museen und Kunstgeschichte den Markt«, sagt Gerard Goodrow, Leiter der Kunstmesse Art Cologne, »heute ist es umgekehrt.«⁴⁶ Als Leiter einer Messe und damit Organisator einer Verkaufsveranstaltung des primären Kunstmarktes ist seine Meinung natürlich nicht völlig unabhängig. Sie zeigt aber das Selbstbewusstsein und das Selbstverständnis, mit dem der Kunstmarkt heute dem Kunstsystem und damit auch den öffentlichen Institutionen begegnet.

Das schwierige wechselseitige Verhältnis von Museen und Markt zeigt sich an der oben beschriebenen Sachlage: Museen sind auf Geschenke und Spenden angewiesen, um eine aktuelle Sammlung aufrecht erhalten zu können, Sammler wiederum sind darauf angewiesen, dass Museen bestimmte Objekte besitzen oder ausstellen, damit diese gezeigt werden und wiederum auf dem Markt an Wert gewinnen. Dass solche Konstellationen immer wieder zu inhaltlichen Problemen führen, zeigen die Streitigkeiten um die Kunstsammlungen Marx/Berlin (2007)⁴⁷, Ströher (ehemals Sammlung Grothe)/Bonn (2007)⁴⁸ oder Lauffs/Krefeld (2008)⁴⁹.

45
Tietenberg, Annette: Die Verklärung der Dinge, in: Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 235.

46
Zitiert aus: Rauterberg, Hanno: Und das ist Kunst? Eine Qualitätsprüfung, 2007, Seite 53.

47
Vgl. Welt online: Sammler in der Defensive, 1.04.2007,

48
Vgl. Welt online: Warum geht die Sammlung Ströher? 18.02.2007

49
Vgl. Knobel, Stefan: Beuys bleibt, 17.06.2008, Artnet online.

4.4 Zum veränderten Verhältnis von Kunstmarkt und Kunstsystem

Der Kontext, in dem die Grenzverschiebung zwischen Kunst und Design stattfindet, beinhaltet also – neben der eigentlichen Arbeit der Designer und Künstler – viele Faktoren, die von unterschiedlichen Seiten mit verschiedenen Interessen auf das Geschehen einwirken. Petra Schmidt kommentiert im Art Magazin 04/2007 die Entwicklung folgendermaßen: »Mögen die Medien noch spotten, der Markt hat sich längst entschieden. Die sogenannte ›Design Art‹ hat sich zu einer eigenständigen Disziplin entwickelt, die längst in den Kunstmarkt integriert worden ist.«⁵⁰

Dennoch, der Kunstmarkt ist ein Markt, der sich eigentlich darüber definiert, dass er ausschließlich mit Kunstwerken handelt. Die Unterscheidung zwischen Kunst und Nicht-Kunst ist auch für den Kunstmarkt essenziell.⁵¹ Wenn der Kunstmarkt (wenn auch nach langem Zögern) Designklassiker, Autorendesign und Design Art innerhalb seiner Reihen akzeptiert, bedeutet das im Grunde, dass er nicht mehr zwischen Kunst und Nicht-Kunst unterscheidet, sondern die Grenze an anderer Stelle zieht. In den Kunstmarkt werden aus dem Design Einzelobjekte, Editionen und Sammlerstücke aufgenommen – alles, was knapp und damit in ökonomischer Hinsicht wertvoll ist. Er operiert auf diese Weise verstärkt mit dem Charakteristikum der Originalität, wie bereits erläutert wurde⁵², und weniger mit der Frage, ob ein Objekt Kunst sei oder nicht.

Geht man davon aus, dass nur das Kunstsystem entscheidet, was Kunst ist und was nicht, der Kunstmarkt hingegen nur unter diesen Vorgaben mit den Objekten handelt, könnte man die Entwicklung dahin gehend deuten, dass sich der Kunstmarkt in eine Richtung entwickelt, in der eher Aspekte eines bestimmten Lifestyles entscheidend sind als der Code der Kunst. Damit entfernt er sich tendenziell vom Kunstsystem, da er nicht auf gleiche Weise zwischen Kunst und Nicht-Kunst differenziert.

Es deutet sich an dieser Stelle ein ähnlicher Konflikt zwischen Kunstmarkt und Kunstsystem an wie zwischen dem Selbstverständnis von Künstlern und Designern und dem Verständnis von Kritikern und Theoretikern (vgl. Kapitel 3.2., 3.3., 3.4.).

4.5 Die aktuelle Situation: Kunstmarkt und Finanzkrise 2008/09

Natürlich ist der Kunstmarkt, wie alle anderen Märkte auch, stark von der aktuellen Finanzkrise betroffen. Obwohl der Markt noch Rekordverkaufszahlen zu verzeichnen hatte, als viele andere Märkte bereits eingebrochen waren, rechnet die Wirtschaftsagentur Bloomberg nun damit, dass die Umsätze des Kunstmarkts Ende 2008 um bis zu 40% eingebrochen sind.⁵³ Viele der Galerien treten angesichts zurückgehender Verkaufszahlen von ihren angestammten Messeauftritten zurück, Sammler kaufen weniger und vor allem Spekulationskäufe bleiben aus. Das Auktionshaus Sotheby's beispielsweise hat an der Börse im Verlauf des Jahres 2008 einen Wertverlust von beinahe 80% bei gleichzeitigen Verlusten um die 52 Millionen Dollar hinnehmen müssen.⁵⁴

50
Schmidt, Petra: Der neue Markt; in: Art. Das Kunstmagazin, 04/2007, Seite 60f.

51
Zum Vergleich: Der Immobilienmarkt wäre auch kein Immobilienmarkt, würde er mit Wohnmobilen handeln.

52
Vgl. Fußnote 22.

53
Vgl. Eckert, Daniel: Die Finanzkrise schlägt auf den Kunstmarkt durch, Welt online 07.12.2008.

54
Ebd.

Galerist Gerd Harry Lybke aus Leipzig und Berlin, der dauer-rentable und hochpreisige Künstler wie Neo Rauch vertritt, geht jedoch davon aus, dass vor allem der sekundäre Kunstmarkt von Auktionshäusern und Spekulanten von dem extremen Umsatzeinbruch betroffen ist. »Am Primärmarkt, wo Werke direkt vom Künstler über den Galeristen an den Sammler gehen, ist davon [gemeint ist hier die Finanzkrise, Anm. d. Autorin] noch nicht so viel zu spüren.«⁵⁵

55
Ebd.

Wolfgang Wilke, Finanz- und Rohstoffexperte für die Dresdner Bank, geht davon aus, dass in nächster Zeit die Notenbanken den Realzins niedrig halten werden, um einer Konjunkturerholung nicht entgegenzuwirken. Als Folge eines stabil niedrigen Realzinses erwartet er, dass die Anleger verstärkt in alternative Anlagemöglichkeiten investieren werden. Er geht weiter davon aus, dass »von dem Umschichtungsprozess [...] der unter dem Eindruck der Finanzkrise psychologisch negativ beeinflusste Kunstmarkt profitieren [dürfte], da dieser relativ eng ist und deshalb schnelle Preissteigerung impliziert.«⁵⁶ Der kanadische Wirtschaftswissenschaftler Don Thompson geht davon aus, dass ca. 6 bis 12 Monate nachdem die Gesamtwirtschaft sich von der Krise erholt hat, auch der Kunstmarkt folgen wird.⁵⁷ Dass die Zeitschrift Artinvestor im Oktober 2009 einen Themenschwerpunkt auf Designinvestment gelegt hat⁵⁸, lässt vermuten, dass die Design Art auch nach der Finanzkrise weiter im Fokus des Kunstmarkts bleiben wird. Denn Objekte mit einem inhaltlichen Schwerpunkt zwischen Kunst und Design setzen sich auch in den momentan schwierigen Zeiten durch. Noch im Dezember 2008 – einem Zeitpunkt, an dem sich beispielsweise die Staatspleite Griechenlands bereits abzuzeichnen begann – beschreibt Claudia Bonin im Art Kunstmagazin den Verkauf von Uhrenmodellen von Marc Newson auf der Art Basel Miami folgendermaßen: »Die neuen Uhrenmodelle von Designerstar Mark Newson, die für Preise von 7.000 bis 25.000 Dollar präsentiert wurden, gingen weg, als wären Swatch-Uhren im Angebot.«⁵⁹

56
Wilke, Wolfgang: Die Zinsfalle als Chance für die Kunst, in: Artinvestor Themenheft Design 06/2009, Seite 26.

57
Vgl. Süddeutsche Zeitung Magazin: Interview mit Don Thompson, Heft 49/2009.

58
Artinvestor Themenheft Design 06/2009, 2009.

59
Bonin, Claudia: Mit leichtem Gepäck, in: Art. Das Kunstmagazin online, 05.12.2008.

60
Vgl. Emesz, Margit: Kunst, Krise und kaum Aufregung, in: Art. Das Kunstmagazin online, 11.05.2009

61
Vgl. Herstatt, Claudia: Glanzvolle Neuzugänge, in: Art. Das Kunstmagazin online, 12.03.2009.

62
Zitiert aus: Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 235.

Ebenfalls im Jahr 2009 wurde auf der Viennafair, der größten Messe für zeitgenössische Kunst in Österreich als »best established gallery« die Engholm Engelhorn Galerie ausgezeichnet, die ihren Messestand mit einer Chaiselongue von Björn Dahlem und Lampenobjekten von Claus Föttinger bestückt hatte.⁶⁰ Und auch auf der Tefaf, die als eine der besten Kunst- und Antiquitätenmessen mit knapp 240 Ausstellern gilt, wurde ebenfalls 2009 trotz Krise mit Tefaf Design ein neuer Bereich eröffnet, in dem Galerien sowohl Designklassiker als auch zeitgenössische Designobjekte verkaufen.⁶¹ Auch wenn die Entwicklung noch sehr jung ist, und genaue Prognosen schwierig sind, so glaubt James Zemaities vom Auktionshaus Christie's, dass sich das Interesse an experimentellem, zeitgenössischem Design halten wird: »Es gibt viele echte Inhalte, und es passieren genügend aufregende Dinge. Selbst wenn die wirtschaftliche Entwicklung den Markt einmal bremsen sollte und die Auktionshäuser ihn mit schlechtem Material überfluten, wird er auf lange Sicht ein sehr, sehr gesunder Markt sein.«⁶² Die relative Stabilität des neuen Segments trotz der Krise lässt darauf schließen, dass es sich mit der sogenannten Design Art oder den Limited Editions nicht um eine modische Eintagsfliege handelt, sondern um ein Segment, das sich fest in den Markt eingliedert hat.

Interessanterweise fallen die Preissteigerung des Designs sowie der Kunstboom der letzten Jahre mit einer zunehmenden Wichtigkeit der Kreativwirtschaft zusammen, die beispielsweise im Jahr 2004 58 Milliarden Euro erwirtschaftete – immerhin 2,6% des deutschen Bruttoinlandsproduktes. »Und alles spricht dafür, dass der Stellenwert von Design in der postindustriellen Gesellschaft weiter steigen wird.«⁶³ Leider muss man an dieser Stelle jedoch hinzufügen, dass die steigende wirtschaftliche Bedeutung von Design nicht mit einem vergleichbar steigenden wissenschaftlichen Interesse einhergeht.

Betrachtet man Analysen zum Stand der Kreativwirtschaft, so ist die Entwicklung der Design Art, des Autorendesigns oder der Limited Editions auch aus dieser Perspektive eigentlich nur eine logische Folge der gegebenen Umstände. Petra und Ulrich Kern führen als vier der großen Meta-themen, die die Zukunft der Kreativwirtschaft entscheidend prägen werden an:

1. Ubiquität der Anbieter
2. Emotionalisierung der Artefakte
3. Beschleunigung der Entwicklung
4. Konvergenz der Disziplinen⁶⁴

Und jedes dieser vier Metathemen findet in der Entwicklung der Limited Editions oder des Autorendesigns seine Entsprechung.

Die Ubiquität der Anbieter führt zu einer größeren Konkurrenz auf dem Designmarkt. Sich erfolgreich gegen andere Designanbieter durchsetzen zu können, sich bemerkbar zu machen, aufzufallen und dabei inhaltliche wie formale Positionen zu besetzen, ist enorm wichtig, um am Markt der Anbieter nicht ins Hintertreffen zu geraten. So sind sich die jungen Berliner Designer des Studio Hausen der Wichtigkeit ihrer Experimente durchaus bewusst: »Der Prototyp ist das Herzstück unserer Arbeit. Er ist ein Statement. [...] Um auf uns aufmerksam zu machen, müssen wir unsere Ideen auf Messen, Ausstellungen und in den Medien unter die Leute bringen. Das erfordert ständigen Output, denn im Kampf um Aufmerksamkeit wird nur über diejenigen berichtet, die die besten Ideen haben.«⁶⁵ Beispiele wie Droog, Front, Maarten Baas, Mike Meire, Marcel Wanders, Hella Jongerius, Martin Woodtli, Roger Willem, Stefan Sagmeister, Ralph Schraivogel, m&m Paris, Studio Job oder Marc Newson zeigen auf, wie mit freien Projekten, der Entwicklung einer eigenen Formsprache oder einer bestimmten Art der Entwicklung gestalterischer Konzepte ungewöhnliche Arbeiten geschaffen werden, die mediale Aufmerksamkeit erregen und zu gesteigertem Interesse von potenziellen Kunden führen. All diese Designer haben sich mit ausgefallenen Projekten im Grenzbereich von Kunst und Design einen Namen gemacht. Die Folge ist eine gesteigerte Nachfrage aus dem Kultursektor und eine wiederum daraus resultierende Nachfrage aus der Industrie, die auf der Suche nach ungewöhnlichen Ideen und Ansätzen ist. So geschehen beispielsweise im Fall von Marcel Wanders/ Droog und Rosenthal, Hella Jongerius und Ikea, Front und Ikea, Front und Moooi, Marc Newson und Samsonite sowie Dom Perignon usw.

Die Arbeiten dieser Designer werden in Ausstellungen gezeigt, medial verbreitet und rezipiert, während sie gleichzeitig an kommerziellen

63
Kern, Petra/Kern, Ulrich:
Designmanagement. Die Kom-
petenzen der Kreativen, 2005,
Seite 80.

64
Vgl. Ebd., Seite 62.

65
Zitiert aus: Lovell, Sophie:
Limited Edition. Prototypen,
Unikate und Design-Art-Mö-
bel, 2009, Seite 35.

Aufträgen arbeiten. Mit ihren freien Arbeiten gelingt es ihnen, aus der Masse der Designer herauszustechen und neue Kunden zu akquirieren, denn die wenigsten können ausschließlich von dem Geld leben, das limitierte Objekte (Prototypen) auf dem Kunstmarkt einbringen.

Denkt man noch einmal an die eingangs erwähnten Fakten: die Trennung von Kunst und Design als ein Konstrukt des bürgerlich-europäischen 19. Jahrhundert und bringt dies in Zusammenhang mit globalisierten Märkten, in denen Unternehmen neben gleichwertigen Anbietern emotional ansprechende Produkte und einen einzigartigen Markenauftritt konzipieren müssen, ist auch schnell klar, dass viele Unternehmen, vor allem aus dem Lifestylebereich, weniger an kategorischen Begriffsbestimmung, als vielmehr an neuartigen Ideen und formal ebenso wie inhaltlich eigenständigen Konzepten interessiert sind, um die eigene Markenpräsenz weiter zu festigen.

Als ein Beispiel kann hier Louis Vuitton genannt werden, da das Label regelmäßig in Zusammenarbeit mit Künstlern und Designern am eigenen Image arbeitet. Regelmäßig wird das Firmenlogo, welches traditionell als Muster auf die Lederwarenkollektion aufgebracht wird, von Künstlern wie Stephen Sprouse oder Takashi Murakami neu interpretiert und Kollektionen werden in limitierten Auflagen produziert. Die Künstlerin Vanessa Beecroft unterhielt 2006 bei der Eröffnung des größten europäischen Flagshipstores in Paris die Gäste mit einer performativen Inszenierung und setzte mit finanzieller Unterstützung des Unternehmens im selben Jahr die Initialen LV mit Models fotografisch in Szene, wobei sich die Aufnahmen in keiner Weise von klassischen Werbeaufnahmen unterscheiden.⁶⁶ Der Künstler Olafur Eliasson übernahm bei derselben Veranstaltung die Ausgestaltung eines Aufzugs, der die Gäste in die neuen Räumlichkeiten des Unternehmens brachte. Offenbar befinden sich Designer als Anbieter von kreativen Leistungen durchaus auch in Konkurrenz zu Künstlern, die ebenfalls im kommerziellen Bereich der sogenannten Artist Editions aktiv sind, und in ihrer Rolle als Künstler auf dem Dienstleistungsmarkt der Gestaltung, bereits Sonderstellungen einnehmen.

Die Emotionalisierung der Artefakte ist ein weiterer Punkt, der auf die Objekte im Grenzbereich zwischen Kunst und Design zutrifft. Ulrich und Petra Kern gehen davon aus, »dass anonyme Massenprodukte [...] kein Herzklopfen verursachen.«⁶⁷ Wohingegen Produkte von namhaften Designern oder Künstlern bereits in der Beziehung des Kunden zum Designer oder Künstler und damit eine Emotionalisierung beinhalten, die übrigens auch von Markenprodukten ausgeht. Die Objekte von Maarten Baas, Droog oder Front sprechen darüber hinaus mit intellektuell stimulierenden Produkten Kunden auf eine ganz eigene und durchaus emotionale Weise an.

Da bei einem Großteil unserer Gesellschaft nahezu alle materiellen Bedürfnisse gestillt sind, wird emotionalen Produktfaktoren mehr Wichtigkeit zugesprochen. Produkte wie die Milk Bottle Lamp, die mit der künstlerischen Strategie des Readymades arbeitet, beinhalten zum einen eine ungewöhnliche Idee, die unsere Alltagsvorstellungen auf den Kopf stellt und auf charmante Weise ein bestimmtes Formverständnis hinterfragt. Sie weckt aber darüber hinaus mythisch-nostalgische Erinnerungen an vermeintlich bessere Zeiten, in denen Milch noch von glücklichen Kühen, die

66

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch woher Beecroft ihre »Inspiration« nahm: Zwei Jahre später stellte sich heraus, dass die Künstlerin sich bei dieser Arbeit von dem Alphabet des niederländischen Grafik Designers Anthon Beeke (u.a. Vorstandsmitglied der Agentur Total Design) hatte »inspirieren« lassen. Louis Vuitton musste die Bilder Ende des Jahres 2007 aufgrund von Plagiatsvorwürfen zurückziehen.

Vgl.: Beecroft beim dreisten Ideenklau erwischt, in: Art. Das Kunstmagazin, 3.1.2008, http://www.art-magazin.de/szene/3153/vanessa_beecroft_alphabet_concept.

67

Kern, Petra/Kern, Ulrich: Designmanagement. Die Kompetenzen der Kreativen, 2005, Seite 64.

auf ungespritzten Weiden grasten, in ökologisch unbedenklichen Glasflaschen vom persönlichen Milchmann an die Tür geliefert wurde, wo sie dann von der maunzenden Katze umstrichen wurde. Die Milk Bottle Lamp spielt mit der Sehnsucht nach Werten, Sicherheit und einem Zuhause. Die Milk Bottle Lamp ist nicht einfach eine Lampe. Mit einem kleinen Trick erzählt sie über Formen eine ganz eigene Geschichte und setzt romantisch retrospektive Assoziationen frei.

Als Punkt 3 auf ihrer Liste der zukünftig wichtigen Metathemen führen die Kerns eine generelle Beschleunigung der Entwicklung an. Und auch dafür bietet das Modell der Design Art oder des Autorendesigns Lösungen an. Mit Kleinserien und Unikaten können Designer wesentlich schneller sowohl auf technische Entwicklungen, wie auch auf formale Thematiken und Moden reagieren und beides innovativ und experimentell miteinander in Verbindung bringen. Marc Newson formuliert es folgendermaßen: »In my aviation work, I get exposed to state-of-the-art tech, then I apply new materials and tech to creative projects.«⁶⁸ Er kann auf diese Weise eine Vorreiterrolle einnehmen und der Entwicklung stets ein kleines Stück voraus sein, da er sich nicht mit langwieriger industrieller Produktion aufhalten muss. Mit seinen freien Projekten kann er zum einen seine herausragende Position auf dem Markt ubiquitärer Anbieter ausbauen, zum anderen mit der beschleunigten Entwicklung Schritt halten, und darüber hinaus Maßstäbe in Materialverwendung, Technologie und Formgestaltung setzen – im kompetitiven Fachjargon auch Benchmarking genannt.

Die Konvergenz der Disziplinen beziehen Petra und Ulrich Kern zwar auf die steigende Komplexität großer Projekte, bei denen viele Gestalter verschiedener Disziplinen miteinander arbeiten und über ihr spezifisches Fachwissen hinaus gestalterische Methoden und Ideen umsetzen, dennoch kann auch dieser Punkt auf die Annäherung von Kunst und Design bezogen werden. Eine Konvergenz der Disziplinen innerhalb des Designbereichs bedeutet für Gestalter zum einen die Auflösung spezifischer Berufsbezeichnungen und damit auch eine Veränderung der eigenen Identitätswahrnehmung. Warum sollten sich die kreativen gestalterischen Sparten auflösen, Verbindungen eingehen und interdisziplinär arbeiten, sich aber gegen eine künstlerische Form kreativer Arbeit abschotten? Der Prozess der Konvergenz findet wie im vorangegangenen Teil dieser Arbeit bereits beschrieben auf vielen Ebenen statt. Die Auflösung von Identität im Sinne einer eindeutigen Berufsbezeichnung innerhalb der gestalterischen Disziplinen führt, wie die Zitate von Marcel Wanders, Jaimy Hayon und Marc Newson im vorangegangenen Kapitel belegen, zu einer prinzipiellen Offenheit gegenüber anderen Disziplinen.

Die aktuelle Konvergenz von Kunst und Design zeigt sich innerhalb des Design also u.a. in der vermehrten Herstellung experimenteller Unikate (Prototypen), die oft an Konzepten und Methoden angelehnt sind, die ursprünglich aus der Kunst kommen. Diese Objekte werden auf dem Kunstmarkt gehandelt und entspringen darüber hinaus einem neuen Selbstverständnis vieler Designer, sowie einer neuen Form der Kontextualisierung von Kunst und Design. Eine Annäherung an die Kunst kann darüber hinaus als bewusste strategische Entscheidung von Designern als Reaktion auf die Bedingungen der Kreativwirtschaft gewertet werden.

68

Jana, Reena: Marc Newson and the Art of Design, Businessweek online, 15.12.2006.

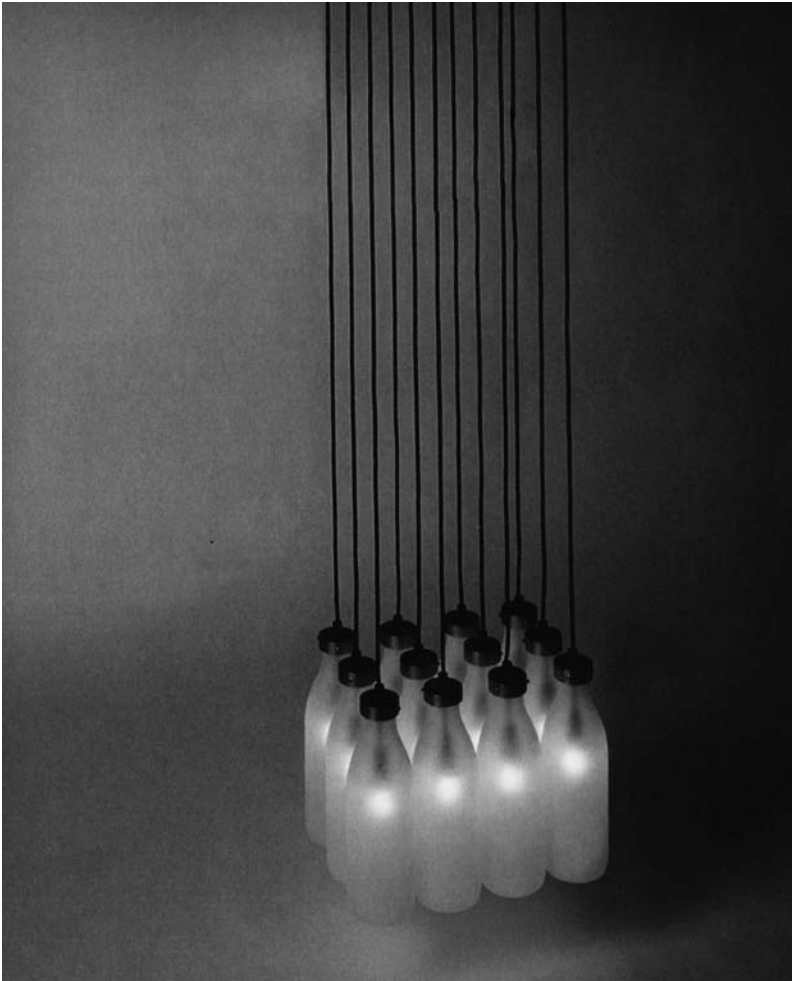


Abb. 8: Tejo Remy, Milk Bottle Lamp, 1991, 12 Milchflaschen, B 36 cm, T 27 cm, H 310 cm,
© Droog Design

5



Was gilt noch?
Differenzierungskriterien zwischen Kunst und Design
und der Kunstbegriff in Niklas Luhmanns Systemtheorie

5 Was gilt noch? Differenzierungskriterien zwischen Kunst und Design und der Kunstbegriff der Systemtheorie Niklas Luhmanns

Nach Niklas Luhmann zeichnet sich die moderne Gesellschaft unter anderem durch eine Ausdifferenzierung in verschiedene Funktionssysteme aus. Jedes dieser Systeme übernimmt bestimmte gesellschaftliche Aufgaben und Funktionen und so entstehen beispielsweise die Systeme Wirtschaft, Religion, Politik, Wissenschaft und Kunst. Bei grundlegender struktureller Ähnlichkeit produzieren diese unterschiedlichen Systeme durch Kommunikation Gesellschaft. Sie agieren unabhängig voneinander, aber gleichberechtigt.

Ein System existiert in dieser Theorie allein in der Differenz zu seiner Umwelt. Kunst konstituiert sich demnach im Unterschied zur Nicht-Kunst. Damit handelt es sich bei der Unterscheidung zwischen Kunst und Design um eine grundlegende Unterscheidung zwischen dem Kunstsystem und seiner Umwelt, denn aus traditioneller Sicht betrachtet Kunst Design nicht als Teil des Systems (vgl. Kapitel 1, 2, 3). »Für das defensive kunsthistorische Konstrukt einer autonomen ästhetischen Sphäre war und ist die Existenz vermeintlich trivialer Bildmedien wie Plakate, Ladenschilder, Zeitungsannoncen, Comics, Kino, Fernsehen, urbane Werbescreens oder Shopping-Umwelten als Gegenbild essentiell.«¹ Eine Aussage, die problemlos auf andere vermeintlich triviale (Design-)Objekte, wie z. B. Möbelstücke übertragen werden kann. »Die moderne Kunst ist in einem operativen Sinne autonom«, sagt Luhmann. »Niemand sonst macht das, was sie macht.«²

Es gibt Hinweise darauf, dass auch Luhmann zwischen Kunst und Design einen grundlegenden Unterschied macht. So unterscheidet er ein Betrachten von Kunstwerken von dem Betrachten von »Weltobjekt[en] irgendwelcher Art«³. Das Verhältnis von Kunst und Design wird in Luhmanns Buch »Die Kunst der Gesellschaft«⁴ darüber hinaus nicht weiter differenziert, die oft (und auch schon zu Luhmanns Zeit) thematisierte Trennung zwischen der sogenannten High and Low Culture kommt nicht zur Sprache.

Die grundlegende gesellschaftliche Funktion der Kunst führt Niklas Luhmann wie folgt aus: »Das Kunstwerk etabliert [...] eine eigene Realität, die sich von der gewohnten Realität unterscheidet. Es konstituiert, bei aller Wahrnehmbarkeit und bei aller damit unleugbaren Eigenrealität zugleich eine imaginäre oder fiktionale Realität [...]. Offenbar hat die Funktion der Kunst es mit dem Sinn dieser Spaltung zu tun – und nicht einfach mit der Bereicherung des ohnehin Vorhandenen durch weitere (und seien es ›schöne‹) Gegenstände.«⁵ Das Kunstwerk generiert also eine Unterscheidung. Seine Funktion liegt in der Spaltung von Realität, indem es Fiktionalität schafft.

Etwas abfällig äußert er sich dabei über die »Bereicherung des ohnehin Vorhandenen durch weitere (und seien es ›schöne‹) Gegenstände«. Auf diese Weise beschreibt der Begriff Design Elemente der Realität, d. h. Dinge, die wir benutzen und denen wir häufig – aus Gründen der Komplexitätsreduzierung unseres Alltags – keine große Beachtung schenken. In der Differenz zur Kunst werden demnach vom Design Formen produziert, die wir als Realität wahrnehmen. Der Designtheoretiker Gert Selle formuliert diese These in ähnlicher Weise, wenn er davon spricht, dass Design oder »die Übereinkunft auf ein bestimmtes Verständnis von Produktinformati-

¹ Liebs, Holger: Kunst und Werbung, in: DuMonts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Köln 2002, Seite 186.

² Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, 1995, Seite 218.

³ Ebd., Seite 70.

⁴ Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1995.

⁵ Ebd., Seite 229.

onen [...] [die] Herstellung oder Stabilisierung eines bestimmten Verständnisses von Wirklichkeit, von sozialer Realität«⁶ bedeute.

Interessant ist die Tatsache, dass Niklas Luhmann von diesen Weltobjekten nicht in sonderlich positiver Weise spricht, ihnen eigentlich keine Beachtung schenkt. Ob Luhmanns Haltung zu Design in der Tradition hierarchischer Vorstellungen von Kunst und Design steht, soll hier nicht Gegenstand der Arbeit sein, könnte aber zu der Frage führen, ob Design – in systemtheoretischem Sinne – überhaupt als System oder gar mögliches Funktionssystem ausreichend beobachtet, d. h. theoretisch untersucht wurde.

Die Rolle der Kunst beschreibt der sonst eher nüchterne Luhmann sehr poetisch, indem er sagt, dass sie als imaginäre Welt eine Position einnimmt, von der aus etwas anderes als Realität bestimmt werden kann. Erst die Konstruktion einer Unterscheidung von realer und fiktionaler Realität ermöglicht es, von der einen Seite aus, die andere zu beobachten.⁷ Kunst ermöglicht es also die Gesellschaft quasi von außen zu betrachten.

Nun stimmt auch diese Aussage heute nur noch für einen Teil des Designs. Und genau dort liegt das Problem: Teile des zeitgenössischen Designs gehen über das, was wir als »realistische« Verwendung von Form bezeichnen würden weit hinaus. Viele der Merkmale und Funktionen, die Luhmann für die Kunst etabliert, können auch auf aktuelles Autoredesign übertragen werden. Zeitgenössisches Design übernimmt also Funktionen, die bisher der Kunst vorbehalten waren, und verwirrt die Verhältnisse von Kunst und Design, von Realität und Fiktion, indem es ungewöhnliche Konzepte zur Benutzung in unserem Alltag entwirft.

Entscheidende Kriterien, die traditionell zur Unterscheidung zwischen Kunst und Design herangezogen wurden, sind auch laut dem Designforscher Beat Schneider heute nicht mehr gültig:

- Der materielle Schaffensakt stellt spätestens seit Marcel Duchamp kein Kriterium mehr für ein Kunstwerk dar. Im umgekehrten Fall aber existiert Design auch nicht ausschließlich als Industrieprodukt, sondern ebenso als handgemachtes Unikat.
- Die Einheit von Entwurf und Ausführung sind für ein modernes Kunstwerk nicht mehr grundlegend. Als Beispiel können hier die Arbeiten von Tobias Rehberger genannt werden. Die Trennung von Entwurf und Ausführung ist darüber hinaus spätestens seit dem Neuen deutschen Design der 1980er Jahre nicht mehr kennzeichnend für Designobjekte. Vor allem in den letzten Jahren haben handwerkliche Aspekte im Diskurs um Autorschaft im Design eine neue Bedeutung gewonnen.⁸
- Ob ein Objekt als Unikat oder in Serie hergestellt wurde, ist für seinen Kunstwerkcharakter nicht entscheidend. Ein Unikat macht das Objekt noch lange nicht zur Kunst, sowie umgekehrt die Serienproduktion ein Kunstwerk nicht ausschließt.⁹
- Ob ein Objekt in Auftragsarbeit oder freier Arbeit hergestellt wurde, ist heute ebenso wenig von Bedeutung.¹⁰

Diesen Punkten ist hinzuzufügen, dass die Eigenschaft der Benutzbarkeit, die auch Niklas Luhmann noch als Kriterium der Differenzierung heranzog¹¹, heute nicht mehr allein der Sphäre des Designs zuzuordnen ist. Viele der Installationen von zeitgenössischen Künstlern sind explizit auf Benutzung

6
Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, 1973, Seite 16.

7
Vgl. Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, 1995, Seite 229.

8
Vgl. Eisele, Petra: Handmade; in: Autorschaft in den Künsten, Zürcher Hochschule der Künste, Zürcher Fachhochschule 2008.

9
Vgl. auch: Bippus, Elke: Serielle Verfahren. Pop Art, Minimal Art, Conceptual Art und Postminimalism, Dietrich Reimer Verlag GmbH, Berlin 2003.

10
Vgl. Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, 2005, Seite 224f.

11
»Kunstwerke haben keinen externen Nutzen; und wenn sie einen solchen Nutzen haben, zeichnet das sie gerade nicht als Werke der Kunst aus.«
In: Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, 1995, Seite 77.

angelegt. Es können an dieser Stelle Arbeiten von Jorge Pardo, Tobias Rehberger, Joe Scanlan, Eric van Lieshout, Jenny Holzer oder Pippilotti Rist genannt werden.

Natürlich kann die Grenze des Kunstsystems nie eindeutig und scharf gezogen werden, da das Prinzip der Kunst immer Neues, Überraschendes und damit eine Verschiebung der Grenze beinhaltet. Die Kunst »besteht quasi in einem traditionellen, für die meisten akzeptablen Kernbereich und in einer unscharfen Peripherie, über die gestritten wird. [...] gerade die zeitgenössische Kunst [ist] in besonderem Ausmaße damit befasst [...], eine Grenzziehung unmöglich zu machen.«¹² Man erkennt, dass sich die Kunst in einer Zwickmühle befindet. Um ein autonomes System bilden zu können und als solches beobachtbar zu sein, muss sie von ihrer Umwelt differenzierbar sein. Dies ist vermutlich auch der Grund warum die Autorinnen und Autoren, die in Kapitel 3.4 genannt wurden, derart auf einer Differenz der Disziplinen beharren. Denn wenn Design grundsätzlich als Kunst ins Kunstsystem integriert würde, wo sollte die Grenze zwischen gestalteter Welt und Kunst verlaufen?

12
Huber, Hans Dieter: Systemische Kunstwissenschaft – ein neues Paradigma?
<http://www.hgb-leipzig.de/ARTNINE/huber/aufsaeetze/syskunst.html>, Seite 90.

Die Theorie Niklas Luhmanns wurde gewählt, da sie ein hohes Maß an Abstraktion besitzt und aufgrund dessen Ansätze einer allgemeinen Gesellschaftstheorie beinhaltet, die auch für die Designforschung nutzbar sein könnten. So stellt sich die Frage, ob nicht auch Design ein ausdifferenziertes gesellschaftliches Funktionssystem darstellen könnte, das lediglich noch nicht als solches erkannt und beschrieben wurde.

Luhmanns Theorie einer funktional ausdifferenzierten Gesellschaft bietet einige Ansätze, mit denen eine Ähnlichkeit von zeitgenössischem Autoredesign und Kunst untersucht werden kann. Denn es sollte erkannt werden, dass es außerhalb des Kunstsystems Entwicklungen in Teilen des Designs gibt, die den Operationen, die im Kunstsystem ablaufen, immer ähnlicher werden. So ähnlich, dass es auf der einen Seite schwerfällt, zwischen Kunstobjekten und Designobjekten zu unterscheiden, während auf der anderen Seite viele Kunstwerke sich strukturell dem Design immer mehr annähern. In den folgenden Kapiteln sollen die beschriebenen Phänomene anhand von Vorgehensweisen und Arbeiten von Künstlern und Designern untersucht und miteinander verglichen werden.

6



Fallbeispiel Droog Design: Netzwerk mit Programm

- 6.1 Form Follows Function und Form Follows Concept.
Die Entwicklung konzeptueller Gestaltung am
Beispiel von Droog Design
- 6.2 Konzeptkunst und konzeptuelles Design
- 6.3.1 Do Create
- 6.3.2 Do Hit Chair
- 6.4 Konzeptdesign und Conceptual Age

Design ist im traditionellen Verständnis »auch immer unternehmensnahe Dienstleistung. [...] Für den Kreativen bedeutet das, sein Portfolio um Kompetenzen wie Beratung, Kommunikation, Moderation und generell Service zu ergänzen. Er muss sich als Dienstleister verstehen, der nicht nur kreativ gestaltet, sondern auch erklärt, vermittelt, berät und kommuniziert.«¹

Das Unternehmen Droog ist insofern ein interessantes Phänomen zeitgenössischen Designs, weil es das hier Beschriebene tut – ebenso wie das genaue Gegenteil. Als international erfolgreich agierendes Unternehmen nimmt Droog Aufträge großer Firmen, wie beispielsweise Rosenthal, Mandarin Duck, Levi Strauss oder der Heng Yuan Xiang Group (China) entgegen und arbeitet dort im Bereich Creative Direction, Produktentwicklung und Beratung. Darüber hinaus werden aber von Droog Objekte von Designern in Kleinserien und Editionen produziert und vertrieben, die zum Teil im Grenzbereich von Kunst und Design anzusiedeln sind und nicht in der Zusammenarbeit mit Unternehmen, sondern als selbst initiierte Projekte der Designer entstehen. Renny Ramakers, Mitgründerin von Droog, ist selbst studierte Kunsthistorikerin und begann ihre Karriere mit der Organisation einiger Ausstellungen zeitgenössischen niederländischen Designs in den 1990er Jahren. In dieser Zeit begann sich in Folge des wilden Designs der 1980er Jahre eine reduzierte Formgestaltung mit konzeptuellen Tendenzen abzuzeichnen.

Es verwundert also nicht, dass das Unternehmen mit einer Unternehmensleitung aus dem Kunstsystem Strategien und Methoden verwendet, die der Kunst vergleichbar sind. Auf ihrer Internetseite wird unter <http://www.droog.com/aboutus/faq/> darauf verwiesen, dass Droog nie etwas in das Sortiment aufnimmt, was dem Unternehmen von Designern selbst angetragen wird, sondern dass sie auf Ausstellungen oder bei Besuchen in Designstudios einzelne Stücke, die ihren internen Kriterien entsprechen auswählen und diese – ähnlich einer Kunstgalerie – in das Programm aufnehmen.

Das bedeutet aber auch, dass es eine Struktur geben muss, in der Designer selbstständig arbeiten, eigenständige Prototypen und Einzelstücke herstellen, Konzepte entwerfen und präsentieren oder ausstellen, die eine Firma wie Droog anschließend begutachten und aus denen sie auswählen kann. Denn es macht keinen Sinn für ein Unternehmen, das ständig auf der Suche nach neuen, ungewöhnlichen Ideen ist und sich selbst als innovative gestalterische Speerspitze positionieren möchte, einer anderen Firma Lizenzen abzukaufen und bereits produzierte, erfolgreiche Objekte noch einmal aufzulegen. Diese Vorgehensweise weist auf Veränderungen in Bereichen des Designs hin, in denen Designer, um bei Unternehmen wie Droog oder Moooi unterzukommen, ähnlich autonom und selbstverwaltet agieren müssen wie Künstler, die ebenfalls selbstständig und ohne Auftrag arbeiten, in der Hoffnung, einmal in das Programm einer Galerie aufgenommen zu werden. Diese Form des selektiven Vorgehens ist aber auch nur dann sinnvoll, wenn eine gewisse Anzahl an Arbeiten vorhanden ist, aus denen man auswählen kann. An dieser Stelle wird die traditionelle Vorstellung, dass Design nur in Zusammenarbeit mit einem Hersteller möglich ist,

¹
Kern, Petra/ Kern, Ulrich:
Designmanagement. Die
Kompetenzen der Kreativen, 2005,
Seite 134.

aufgelöst. Auch die hochpreisigen Designmöbel, Unikate und Prototypen, die am Kunstmarkt gehandelt werden, werden selten in Zusammenarbeit mit klassischen Herstellern, sondern immer häufiger in Kooperation mit produzierenden Galerien hergestellt. Intrinsische Modelle, die dazu führen, dass Arbeiten aus Selbstmotivation und Eigeninteresse entstehen, werden hier zum Motor der Entwicklung.

Murray Moss, Designgalerist aus New York, sieht dies als eine Folge der 1980er und 1990er Jahre. In dieser Zeit gab es für Designer im Grunde nur die Möglichkeit, mit großen industriellen Produzenten zusammenzuarbeiten, um erfolgreich zu sein. Viele Designer fanden aber keinen Zugang zu diesen Herstellern und begannen ihre Ideen eigenständig, in experimentellen Prototypen und Kleinserien umzusetzen.²

Eine solche Form der Arbeitsweise benötigt Plattformen, Austausch und Netzwerke in ganz anderem Maße als das klassische Berufsfeld eines Designers, der in Auftragsverhältnissen arbeitet, bietet aber gleichzeitig Designgalerien und -unternehmen wie Droog eine enorme Auswahl, aus der selektiert werden kann. Nun, knapp 10 Jahre später, sind solche Vorgehensweisen auf dem Markt sehr erfolgreich. Eine steigende Anzahl von Designausstellungen und -galerien könnte als Trend gedeutet werden, dass derartige Verfahrensweisen in Zukunft an Bedeutung gewinnen könnten. Es stellt sich an dieser Stelle die Frage, ob das Selbstbild und die Praxis dieser Designer, die ohne Auftraggeber arbeiten, in Folge von verstärkt autonomen Arbeitsweisen zukünftig auch sehr viel stärker selbstreferenziell geprägt sein wird.

Droog als Produktionsfirma könnte man also als streng ausgewähltes Programm bezeichnen, das im Grunde mit kuratorischen Strategien einer Galerie arbeitet. Es wird nur ausgewählt, was den Vorstellungen der Unternehmensleitung von Design entspricht und wo das Konzept für interessant befunden wird. Das Unternehmen produziert jedoch nicht nur Designobjekte, es unterhält auch besondere Läden in New York, Amsterdam und Tokyo, die die Objekte ähnlich wie in Galerieräumen präsentieren. Einige der Verkaufsstrategien von Droog lehnen sich ganz explizit an künstlerische Strategien an. So erregte das Kollektiv 2007 mit dem Konzept der Guerillastores in Brüssel Aufsehen, die Bezug auf den Graffiti- und Straßenkünstler Banksy nahmen.

Droog als Designunternehmen verbindet also die Bereiche Beratung und Entwicklung auf Auftragsbasis mit der Auswahl, der Produktion und dem Vertrieb autonom gestalteter Designarbeiten und ist mit dieser Strategie auf dem Markt sehr erfolgreich. Das Unternehmen hat sich bereits auf die im Kapitel »Zustand und Zukunft der Kreativwirtschaft« aufgeführten Metathemen der Designzukunft eingestellt. Mit den von ihnen produzierten Designobjekten setzen sie innerhalb der Designszene Maßstäbe und sind häufig bei Ausstellungen, die junges Design, Design Art oder die Auflösung der Grenzbereiche zwischen Kunst und Design zum Thema haben, vertreten. Arbeiten wie das »Chest of Drawers« von Tejo Remy werden vom Kunstsystem rezipiert und im Kontext von Kunst ausgestellt³, ebenso wie das Unternehmen im Designbereich als experimenteller Vorreiter betrachtet wird.⁴

²
Vgl. Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 165.

³
Vgl. UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009.

⁴
Vgl. designreport. Schwerpunkt Kunst + Design, 05/2009.

Mit dieser Form der medialen Aufmerksamkeit steigert Droog seinen Bekanntheitsgrad, macht Werbung für seine Produkte, und wird in der Folge von Unternehmen als innovativer »Querdenker« im Bereich Beratung engagiert. Da das Unternehmen es geschafft hat, durch ein internationales Netzwerk strukturell ähnliche Aktivitäten von Designern zu bündeln, kann es im Folgenden durchaus als beispielhaft gelten, da es sich nicht um eine gestalterische Einzelposition handelt.

6.1 Form Follows Function und Form Follows Concept Die Entwicklung konzeptueller Gestaltung am Beispiel von Droog Design

Die Losung des funktionalen Design lautete stets »form follows function«⁵, und beschrieb damit einen Funktionsbegriff, der im Sinne technischer, ökonomischer und ergonomischer Gebrauchsfähigkeit verwendet wurde. Die intendierte Zweckbestimmung des Objekts, seine funktionalen Anforderungen bestimmen demnach alle Elemente der Formgestaltung. Alles, was dieser Funktion nicht förderlich oder möglicherweise hinderlich sein könnte, wurde aus dem Gestaltungsprozess ausgeschlossen. Im idealen Ergebnis dieser Vorstellung von Design kommen Form und Funktion zu absoluter gegenseitiger Deckung. Vertreter des funktionalen Designs der Nachkriegsjahre, einer Designströmung, die vor allem in Deutschland sehr aktiv war, wollten »ein Qualitätsdesign mit Wirkung im humanen, sozialen und kulturellen Bereich. Es sollte sich ausschließlich am reinen Gebrauchswert orientieren und den ›rein kommerziellen Zielen‹ und dem Zwang zur ›modischen Strömung‹ entsagen.«⁶ Der utopische Gedanke dieser Designbewegung konnte sich über die Gestaltung jedoch nicht realisieren, da die meisten Konsumenten in den funktionalen Artikeln eher ein Lifestyleprodukt sahen und weniger die dahinter liegende geistige Haltung verstanden. Beat Schneider führt aus, dass unter den Umständen einer marktwirtschaftlichen und profitorientierten Gesellschaft kein sozialer Funktionalismus umgesetzt werden konnte.⁷ Darüber hinaus wurde bald deutlich, dass der Begriff Funktion wesentlich mehr Aspekte beinhaltete als lediglich technische Funktionalität.

Die Haltung des funktionalen Designs wurde seit den 1960er Jahren wiederholt kritisiert. Im Vordergrund stand dabei die Idee, dass eine zweckrationalisierte Designhaltung nicht auf ein breiteres Verständnis menschlicher Bedürfnisse ausgerichtet sei. So forderten viele Designer, dass auch emotionale Aspekte und ein bewusster Umgang mit der Bedeutungsfunktion von Design in der Gestaltung eine Rolle spielen sollten. Die italienische Designgruppe Memphis stellte spielerische und lustvolle Formgestaltung mit künstlerischen Elementen vor und legte einen Fokus auf die emotionalen Elemente von Designobjekten sowie deren Zeichenhaftigkeit und Bedeutung. Im Zuge dieser Designauffassung etablierte sich auch der Terminus des Autoredesigns, der sich in Abgrenzung zur anonymen, zweckrationalisierten Industrieproduktion verstand. Obwohl regelmäßig neue Losungen wie »form follows emotion«, »form follows fun« oder »form follows fiction« ausgegeben wurden, erreichte doch nie eine der

5

Eine Aussage, die auf den amerikanischen Architekten Louis Henri Sullivan zurückgeht, der diesen Satz 1896 aus der Biologie ableitete. In Deutschland wurde die Idee zunächst vom Bauhaus übernommen und dahingehend interpretiert, dass bei der Gestaltung auf jegliches Ornament zu verzichten sei, was Sullivan nicht unbedingt intendiert hatte. Der Funktionalismus spielt in der Geschichte von Design eine entscheidende Rolle, »da erstens Funktion als objektiv beschreibbar erschien, konnte Design im Bezug auf sie selbst Objektivität imaginieren und so einer als beliebig und akzidentiell auftretenden Subjektivität (die eher der Kunst zugeeignet wurde) vermeintlich entrinnen. Ferner konnte sich Design über diese Verherrlichung der Funktion als Ausdruck und Garant für das Funktionieren eines Gegenstandes oder kommunikativer Zeichen offenkundig aus dem Dekorativen des Kunstgewerbes befreien und sich so als essenzieller Verbündeter von Industrie und Warenwelt ausweisen. Und drittens brauchte Design (wie vordergründig jede Handlungs- und Denkform) einen Bezugsrahmen, um die Bedingungen von Gestaltung abzustecken und zu konturieren [...]«. In: Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, 2008, Seite 157.

6

Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext, 2005, Seite 122.

7

Ebd., Seite 144.

Strömungen die gleiche breite und nachhaltige gesellschaftliche Anerkennung wie der Funktionalismus mit »form follows function«.

Das Designnetzwerk Droog steht dabei für einen Paradigmenwechsel im Design, der zur Folge hat, dass seit den 1990er Jahren verstärkt ein Fokus auf konzeptuelle Gestaltung gelegt wird und alle Designdisziplinen vom Grafikdesign über das Schmuckdesign bis zum Produktdesign durchzieht. Nach den experimentellen und wilden 1980er Jahren, die geprägt waren von Designgruppen wie Memphis oder dem Studio Alchimia, wollten Designer wie Jasper Morrison oder Gijs Bakker (Mitbegründer von Droog) eine reduziertere, nüchternere Gestaltung etablieren. Auch wenn konzeptuelles, d. h. geplantes intellektuelles Arbeiten auch vor Droog schon immanenter Teil von Gestaltungsprozessen war, wird seit den 1990er Jahren der Konzeptbegriff explizit im Hinblick auf Design verwendet und verstärkter Wert darauf gelegt, dass intellektuelle Konzepte durch die Form kommuniziert werden.

Der Begriff Konzept ist relativ umfassend und Element jedes Designprojekts. Das Konzept »ist der intellektuelle Plan, oder der gedankliche Entwurf, der eine Grundvorstellung des künftigen Resultats imaginiert. [...] Ganz wesentlich ist es bei einem Konzept nicht allein die Ideen des Kreativen, sondern genauso die Vorgaben des Kunden einzubinden. [...] Das Briefing ist der Ausgangspunkt für das Konzept«⁸, schreiben Petra und Ulrich Kern in ihrem Buch Designmanagement. Dies ist eine Designhaltung, die den Gestalter stets als Partner der industriellen Produktion betrachtet, dessen Entwürfe einer funktionalen, benutzerorientierten Logik folgen.

Wie bereits weiter oben erläutert, ist im Design jedoch nicht zwingend ein Auftragsverhältnis vorhanden, welches ein Briefing und die Abstimmung auf einen Kunden impliziert. Bei autonomen Projekten von Gestaltern spielen Kundenbriefing und Kundenwünsche keine übergeordnete Rolle. Der deutsche Designer Werner Aisslinger formuliert diesen unabhängigen Standpunkt vieler Designer, indem er sagt: »Ich mach nicht alles und frag: »Wie hätten Sie's denn gern?«. Ich habe Haltung, eine bestimmte Art, wie ich Projekte angehe und Konzepte umsetze. [...] Kurz gesagt, ich bin nicht die Gemischtwarenhandlung, die alles anbietet, was der Kunde wünscht. [...] Autoredesign heißt [...], Projekte selbst zu initiieren, Research zu betreiben und Methoden zu entwickeln«⁹ Die Niederländerin Hella Jongerius bringt ihr Verhältnis zur Industrie ebenfalls auf eine recht griffige Formel, wenn sie sagt: »Ich habe kein Interesse daran, für Geld Blödsinn zu entwerfen.«¹⁰ Die Vorgehensweise dieser Designer und auch des Unternehmens Droog folgt also selbst gesetzten Kriterien.

Das Auswahlverfahren der Designobjekte beschreibt Ramakers folgendermaßen: »We choose our products regardless of their potential for industrial production and market success.«¹¹ Denn auch wenn die Geschäftsführerin Renny Ramakers behauptet, keineswegs eine exklusive und damit isolierte gesellschaftliche Position mit ihren Produkten einnehmen zu wollen, sind es nach eigener Aussage vor allem ein überzeugendes gestalterisches Konzept oder eine innovative Idee und weniger eine Ausrichtung auf die Nachfrage des Marktes, die zur Auswahl der Objekte in das Programm von Droog führen.

8

Kern, Petra/Kern, Ulrich:
Designmanagement. Die
Kompetenzen der Kreativen,
2005, Seite 87 f.

9

Webseite Werner Aisslinger:
[http://www.aisslinger.de/
studio/downloads/articles/
rondo_21_10_2005.pdf](http://www.aisslinger.de/studio/downloads/articles/rondo_21_10_2005.pdf).

10

Zitiert aus: Lovell, Sophie:
Limited Edition. Prototypen,
Unikate und Design-Art-
Möbel, 2009, Seite 127.

11

Ramakers, Renny: Foreword,
in: Droog Design. Spirit of
the Nineties, edited by Renny
Ramakers and Gijs Bakker,
010 Publishers, Rotterdam
1998, Seite 9.

Der Prozess der Konzeption darf also nicht mit konzeptuellem Design verwechselt werden. Denn dieser Teilbereich des Designs zieht als Bewertungskriterien der Objekte Unterscheidungsmerkmale heran, die einer spezifischen internen und stark subjektiven Logik folgen. Weder der Markt, noch die Auftraggeber noch eine übergeordnete Produktfunktion gelten hier primär als Faktoren, die inhaltliche oder formale Entscheidungen innerhalb des Gestaltungsprozesses begründen oder beeinflussen. Design rekurriert hier vor allem auf eigenes Formverständnis und selbstbestimmte Herangehensweisen, was eine gesteigerte Autonomie zur Folge hat.

Droog selbst beschreibt den eigenen Ansatz folgendermaßen: »The criteria are flexible and shaped by developments in product culture and the designers' own initiatives. [...] The only constant is that the concept has validity today; that it is worked out along clear-cut, compelling lines; and that product usability is a must. Within this framework literally anything goes.«¹²

Anders als im Konzeptbegriff von Petra und Ulrich Kern spielt die Eigeninitiative des Designers hier eine entscheidende Rolle. »Konzept« in diesem Zusammenhang kann auch ein persönlicher Blickwinkel oder ein durchaus subjektives Verständnis von Welt sein, wie beispielsweise der von Jurgen Bey (Teil des Droog-Netzwerkes), der sich fragt: »Why should I invent new forms if reality already offers so many fantastic images, so many special solutions. As a designer I only have to discover them and to restructure them into new stories.«¹³

Seine Aussage beinhaltet interessante Aspekte, die den Begriff des Konzeptdesigns näher charakterisieren. Zum einen ist Beys Ansatz selbstreflexiv und damit aber auch selbstbezogen. Es geht um ihn als Person und die Fragen, die ihn beschäftigen. Er hinterfragt sein eigenes Aufgaben- bzw. Fachgebiet. Warum sollte er neue Formen, Produkte oder Lösungen erfinden? Er selbst sieht bestimmte Aufgaben nicht als sinnvollen Teil seiner Profession. Es geht hier nicht um den Wunsch eines externen Auftraggebers, sondern um einen eigenen, individuellen Ausgangspunkt und eine persönliche Sichtweise auf Gestaltung sowie die Einordnung von bereits Vorhandenem in neue Sinnzusammenhänge.

Das ist eine Herangehensweise, die vor allem dem funktionalen Designbegriff diametral entgegensteht, der sich selbst immer als sachlich, objektiv und eben genau nicht individuell betrachtet. Design wird im Fall von Jurgen Bey/Droog zur autonomen Antwort auf selbstgestellte Fragen und reflektiert in seinen Formen den aktuellen Zustand von Gestaltung. Design wird an dieser Stelle selbstreferenziell und selbstreflexiv – Eigenschaften, die als Kennzeichen der modernen wie auch der postmodernen Kunst gelten – und bezieht sich in seinen Entwicklungs- und Produktionsprozessen auf Fragen, die innerhalb der Disziplin aufkommen.

Selbstreflexion war immer auch Teil der Designdiskurse, die bis heute geführt wurden. An der Hochschule für Gestaltung in Ulm als herausragendem Beispiel für den funktionalen Designansatz wurde die Rolle von Design für die Gesellschaft umfassend diskutiert. Dennoch war die Aufgabe der Ulmer Designobjekte nicht primär die Reflexionen ihres Gestalters zu transportieren und damit Kommunikation über ein bestimmtes

12

Zitiert von der Webseite des Design Museum London:
<http://designmuseum.org/design/droog>.

13

Zitiert aus: Schouwenburg, Louise: familiar – not so familiar, in: Moors, Anneke: Simply Droog.10 + 3 years, Droog Design Rotterdam 2006, Seite 36.

Gesellschaftsverständnis anzuregen. Ein funktionalistisch gestaltetes Geschirr wird von den meisten Nutzern gebraucht, ohne dass die dahinter liegende intellektuelle Konzeption über die Form zwingend wahrgenommen werden muss. Und genau das ist in der funktionalen Gestaltung intendiert. Ein Straßenschild als Beispiel funktionaler Gestaltung muss sofort und ohne Zweifel eindeutige Orientierung bieten. Würde es darüber hinaus ein gedankliches und womöglich mehrdeutiges Programm kommunizieren, könnte es seine Funktion nicht erfüllen.

6.2 Konzeptkunst und konzeptuelles Design

Während frühere Annäherungen von Kunst und Design häufig an der Übernahme bestimmter Stil- und Formaspekte zu erkennen waren, werden heute in verstärktem Maße ähnliche Methoden, inhaltliche Ansätze und vergleichbare Medien verwendet. Der reflexive, konzeptuelle Designansatz ist durchaus vergleichbar mit der Entwicklung der Konzeptkunst der 1960er und 1970er Jahre. Während die Konzeptkunst mit seriellen Produktionsverfahren und einer Ästhetik, die sich am Industrie-design anlehnte, Ideen von Autorschaft und künstlerischem Werkbegriff hinterfragte und damit auf traditionelle Methoden und Vorgehensweisen aus der Designdisziplin zurückgriff, reagiert das konzeptuelle Design auf die anonyme Massenproduktion mit Objekten, die die Reflexion der Gestalter kommunizieren. Während sich die Konzeptkunst vom Bild des selbst ausführenden Künstler löste, fügen einige konzeptuelle Designer wie Maarten Baas oder Jurgen Bey diese Arbeitsschritte in Gestaltung und Herstellung wieder zusammen.¹⁴ Strukturell sind sie darin vergleichbar, dass beide Bewegungen Gegendiskurse zum herrschenden Verständnis ihrer jeweiligen Disziplin darstellen, Produktionsverhältnisse und Autorenrolle hinterfragen und verändern und einen verstärkten Fokus auf die gedankliche Konstruktion ihrer Objekte legen.

Beide Strömungen beschäftigen sich verstärkt mit ihrer eigenen Arbeitsweise, dem Zustand ihrer Disziplin und sind in hohem Maße prozess-orientiert. So sagt der Designer Richard Hutton: »Material, or process can be a concept, but the concept is always leading.«¹⁵

Dieser Standpunkt Huttons ähnelt einigen Thesen der »Paragraphs on Conceptual Art« des Konzeptkünstlers Sol Lewitt aus dem Jahr 1967. Paragraph 27 beispielsweise lautet: »The concept of a work of art may involve the matter of the piece or the process in which it is made.«¹⁶ Sowohl Hutton als auch Lewitt nennen als wichtige Teile eines Konzepts den Prozess. Hutton zählt dabei nicht primär Funktion, Usability, den Kunden/ Auftraggeber, die industrielle Produktionsweise, den Konsumenten oder die Kommunikation mit diesem in irgendeiner Art dazu. Alles Begriffe, die im Verständnis von funktionalem Design oder Design im Sinne einer Dienstleistung auftauchen müssten. Sein Fokus zielt auf das Objekt (Material) und auf den Gestalter, denjenigen also, der den Prozess durchlebt. Seine Gestaltungsauffassung, lässt sich aus dieser Aussage schließen, ist nicht ergebnisorientiert. Mit dieser Haltung steht er dem künstlerischen Standpunkt Lewitts eindeutig näher als traditionellen Auffassungen aus Industrie

14

Das Art Magazin berichtet, Baas lege »großen Wert darauf, alles selbst in der Hand zu halten und auch möglichst oft selbst Hand anzulegen. Deshalb hält er sein Atelier mit sieben Mitarbeitern auch bewusst klein. Dass er deswegen regelmäßig Aufträge ablehnen muss, nimmt er in Kauf.«
In: Schweighöfer, Kerstin: Er brennt für das Design, in: Art. Das Kunstmagazin, 01/2009, Seite 65.

15

Interview mit Richard Hutton, <http://de51gn.com/design/interview-with-richard-hutton-in-dubai-at-the-launch-of-new-collection-by-christofle-paris/>.

16

Lewitt, Sol: Paragraphs on Conceptual Art, http://www.ddooss.org/articulos/idiomas/Sol_Lewitt.htm, erstmals veröffentlicht in der Zeitschrift Artforum 1967.

oder Wirtschaft, die eher effizienz- und zielorientierte Ansichten vertreten.

Weder Konzeptkunst noch konzeptuelles Design sind jedoch expressiv angelegt oder beruhen auf einem Glauben an freie künstlerische Intuition. Droog, zu Deutsch: trocken, bezieht sich bereits im Namen auf reduzierte Gestaltung mit intellektuellem Konzept, auch wenn viele der Objekte durchaus humorvoll angelegt sind. Renny Ramakers äußert sich zu ihrem Verständnis über den Zusammenhang von Form und Konzept wie folgt: »It is really dry. And dry means straight forward. What you see is what it is.«¹⁷

Auch wenn der Konzeptkünstler Sol Lewitt ein Kunstwerk mit Nutzfunktion, und damit eine Annäherung der Disziplinen, als Schwächung der Kunst empfand, findet sich in seinen »Paragraphs of Conceptual Art« ein ähnliches Formverständnis, ja sogar die gleiche Wortwahl wieder: »It is the objective of the artist who is concerned with conceptual art to make his work mentally interesting to the spectator, and therefore usually he would want it to become emotionally dry.«¹⁸ Für den Betrachter ist an konzeptuellem Design und an Konzeptkunst nicht primär die Formgebung ansprechend und interessant, sondern das Verstehen des intellektuellen Konzepts. Droog Design geht sogar so weit zu behaupten, dass Luxus heute und in Zukunft nicht in materiellen Reichtum, sondern in intellektuellen Herausforderungen bestehe.¹⁹

Sowohl für konzeptuelles Design wie auch für die Konzeptkunst gilt geplantes Vorgehen, das sich seine eigenen Regeln und Operationspläne systematisch auferlegt und streng befolgt.²⁰ Lewitt beschreibt diesen Vorgang, der auch auf konzeptuelles Design übertragen werden kann, sehr anschaulich wenn er sagt: »The idea becomes a machine that makes the art.«²¹ Eine Vorgehensweise, die man auch mit den Worten »form follows concept« beschreiben könnte. Kunst und Design konstituieren sich hier also in Ideen und intellektuellen Programmen, die vom Betrachter über die Objekte decodiert werden müssen.

Was hier mit dem Ausdruck Konzept beschrieben wird, ist vergleichbar mit Niklas Luhmanns Begriff der Selbstprogrammierung. Nach Luhmann ist sie eines der entscheidenden Kennzeichen eines Kunstwerks, ja sogar »das Wesen der Kunst.«²², weiter führt er aus, dass »jedes Kunstwerk sein eigenes Programm ist und sich, wenn genau das gezeigt werden kann, als gelungen und eben damit als neu erweist. Die Programmatik [...] durchdringt das Einzelwerk und erlaubt dann kein zweites derselben Ausführung mehr.«²³ Im Grunde operiert das konzeptuelle Design nach dem gleichen Code wie ihn Luhmann für das Kunstsystem beschreibt. Passt die Gestaltung zum inhaltlichen Programm? Dem selbst gesetzten und definierten Konzept?

Das Kunstwerk hat in der Definition Luhmanns »etwas Überraschendes, das nicht auf Zufall zurückgeführt werden kann und die Frage provoziert, zu welchem Zweck es wohl produziert wurde.«²⁴ Die Frage nach dem Sinn und Zweck stellt sich bei funktionalen Objekten und Gebrauchsgegenständen nicht. Hier wird für den Betrachter das Programm durch die offensichtliche Funktion ersetzt, die Formgebung und Anliegen des Produkts logisch erscheinen lässt. Auf ähnliche Weise muss sich der Betrach-

17

Zitiert aus: Interview with Renny Ramakers, Youtubevideo, http://www.youtube.com/watch?v=ZT4VRqzb_R0.

18

Lewitt, Sol: Paragraphs on Conceptual Art, http://www.ddooss.org/articulos/idiomas/Sol_Lewitt.htm.

19

Vgl. simply droog, Ausstellung im Haus der Kunst München: <http://www.hausderkunst.de/hdk.de/index.php?StoryID=2198>.

20

Ein Grund, weswegen sich die Designerin Hella Jongerius nach längerer Zusammenarbeit von Droog getrennt hat. Ihre Experimente mit Ornamenten sind teilweise intuitive, formale Untersuchungen und passten nicht in die streng konzeptuelle Programmatik des Netzwerks.

21

Lewitt, Sol: Paragraphs on Conceptual Art, http://www.ddooss.org/articulos/idiomas/Sol_Lewitt.htm.

22

Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, 1995, Seite 332.

23

Ebd., Seite 328.

24

Baraldi, Claudio/Corsi, Giancarlo/Esposito, Elena: GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1997, Seite 105.

ter bei konzeptuellem Autorendesign auf die Suche nach dem inhaltlichen Konzept machen, wenn er das Objekt begreifen will.

6.3.1 Do Create

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur KesselsKramer entwickelte Droog das Projekt Do Create. »The idea was that a brand can be strong; so strong that KesselsKramer decided to create an entirely empty brand. They called it ›do‹. Within the Do Create project consumers were invited to interact and play, and thereby influence the design.«²⁵ Eines dieser Produkte ist der Do Hit Chair des Designers Marijn van der Poll.

25
Droog Webseite: <http://www.droog.com/presentationsevents/do-create/>.

6.3.2 Do Hit Chair

Es handelt sich bei dem Do Hit Chair um einen industriell gefertigten Edelstahlwürfel, der mit einem großen Hammer mit überlangem Stiel geliefert wird. Mit diesem Hammer soll der Würfel nun von seinem neuen Besitzer in die Form einer Sitzgelegenheit gehauen werden. Der Stuhl selbst fällt weniger aufgrund seiner spezifischen Ästhetik, sondern vielmehr aufgrund seiner besonderen Handlungsbestimmung, Funktionsweise und Bedeutungsoffenheit auf.

Der Würfel steht in seiner ursprünglichen Form zunächst in Beziehung zum reduzierten, funktionalen Design, das auf eine geometrische Formsprache reduziert ist. Seine Form lässt sich aber genauso in Beziehung zu den reduzierten geometrischen Cubes des Minimalisten Donald Judd setzen.

Auf der Internetplattform Youtube ist unter dem Link www.youtube.com/watch?v=WnN-wK5_7Mw ein Video zu sehen, das den Designers Marijn van der Poll in Aktion zeigt, wie er beispielhaft den Kubus in eine recht rudimentäre Sesselform prügelt. Das Video lässt erkennen, dass diese Arbeit anstrengend ist. Das Material erscheint hart, stabil und lässt sich nicht gerade einfach formen. Der junge Mann muss offensichtlich ein großes Maß an Kraft und Ausdauer aufbringen, bis der Sessel die Form angenommen hat, die dem Designer vorschwebt. Auch kann seine Vorgehensweise gewisse aggressive und gewalttätige Aspekte nicht verleugnen. Das Konzept dieses Stuhls beinhaltet nun, dass der neue Besitzer diese körperliche Arbeit selbst verrichtet. Die Idee des Do Hit Chairs bricht auf diese Weise zunächst die serielle Logik des klassischen Industriedesigns, die ihren Ursprung in der formalen Gleichheit der maschinell hergestellten Produkte hat. Vergleichbar mit Arbeiten der Fluxus-Bewegung, deren Kunstwerke häufig lediglich aus Handlungsanweisungen für ausführende Personen bestanden²⁶, führt auch das Konzept des Do Hit Chairs zu einem Rollentausch zwischen Autor, Nutzer und Betrachter. Der Designer bietet hier lediglich Urhebererschaft einer Idee, eines Konzepts, das er in Form eines käuflichen Bausatzes zugänglich macht. Der traditionell eher passive Nutzer wird zum Akteur, zum Co-Autor, indem er die finale Formgestaltung des Würfels ausführt und damit letztendlich auch bestimmt. Gestaltung

26
Es kann als Beispiel der Künstler Wolf Vostell genannt werden, der Handlungsanweisungen auf seinem Anrufbeantworter hinterließ. Vgl. Vostell, Wolf: *Happening und Leben*, Hermann Luchterhand Verlag GmbH, Neuwied 1970.



Abb. 9 – 13: Marijn van der Poll, Do Hit Chair, 2000, Edelstahl, H 100 cm, B 70 cm, T 75 cm,
© Droog Design

wird im Do Hit Chair Aktion und trägt durch den einmaligen Körpereinsatz des Stuhlbesitzers Züge, die an Aktions- und Performancekunst erinnern.

Ein eigentlich destruktiver Gestus, der als Erlebnis extrem am Körper orientiert und traditionell weder zum Formrepertoire eines Designers gehört, noch zu der Rolle eines Besitzers wertvoller Designobjekte passt, wird im Do Hit Chair zu einer Methode der Gestaltung.

Die Gestaltung eines Stuhls, die »Königsdisziplin im Produktdesign«²⁷, wird von seinem individuellen Besitzer ausgeführt. Ähnlich wie ein Musikstück von einem Dirigenten interpretiert und deshalb von Interpret zu Interpret ein wenig verschieden aufgeführt wird, wird auch der Kubus von jedem Besitzer anders geformt. Mit dieser Form der finalen Selbstgestaltung widerspricht van der Poll auch einem verbreiteten Verständnis von Design, das »in der Sprache des Verbrauchers [...] etwas Fertiges [meint], die Erscheinung des Produkts als schlackenloses Bild, mit dem er sich konfrontiert sieht.«²⁸ Mehr noch, van der Poll bringt die »Schlacken der Produktion« mit dem Do Hit Chair für den Verbraucher erst richtig zum Vorschein. Sein Konzept geht aber über die simple Idee des konventionellen Customizings, einer Marketingstrategie, die Konsumgüter auf die individuellen Bedürfnisse einzelner Käufer ausrichtet, weit hinaus. Er bietet nicht nur eine bestimmte Form der Eigennutzung oder -initiative, um ein Produkt nach persönlichem Geschmack zu kreieren. Der Do Hit Chair bietet vielmehr einen durch das Objekt klar eingegrenzten Raum, in dem Handlungen exemplarisch vollzogen werden können. Der Nutzer erfährt den Gestaltungs- und Schaffensprozess nicht beispielhaft durch Vorführung und Sich-Einfühlen, er muss die Kraft, die Aggression, die Ausdauer und den Willen, das Objekt zu formen, selbst aufbringen. Ästhetische Erfahrung im Sinne einer Kontemplation ist hier recht ungewöhnlich angelegt, nämlich als Aktivität, die ein Ausbrechen aus anerkannten, »normalen« und alltäglichen Verhaltensmustern und Regeln beinhaltet. Einem Rollenspiel gleich wird in Rockstar-Manier, die an frühe Konzerte der englischen Musikgruppe The Who²⁹ erinnert, die Beziehung und Distanz zwischen Nutzer und Objekt neu geformt.

Auch wenn diese Handlung im privaten Raum stattfindet und keine öffentliche Aufführung darstellt, generiert das Konzept des Stuhls einen fiktiven Raum, in dem Handlungen und Erleben möglich werden, die im normalen Leben reglementiert sind. Ganz im Sinne Niklas Luhmanns organisiert das Konzept im Falle des Do Hit Chairs die Trennung von Realität und Fiktion. Die Erfahrung außerhalb der alltäglichen Norm birgt das Potenzial, sich selbst aus einer anderen Position, in einer fiktiven Wirklichkeit, aus der Perspektive von Handlungen zu betrachten, die der Agierende im normalen Leben nie ausführen würde. Es macht den ausführenden Co-Autor zum Beobachter seiner selbst. Die Fokussierung auf den Gestaltungsprozess, von der bereits die Rede war, wird in Selbstbeobachtung des Benutzers verwandelt.

Partizipation wird hier nicht als reine Handhabung definiert, und so ist der Stuhl am Ende auch weniger der Ausdruck des Designers, als seines Besitzers, des Co-Autors. Derjenige, der den Stuhl letztendlich formt, bleibt nicht einfach nur Benutzer unter Benutzern, vielmehr wird er selbst im Zusammenhang mit seiner Handlung Teil der Bedeutung des Objekts,

27

Schmidt, Petra: Kunst und Design heute. Markus Bröderlin im Gespräch mit Petra Schmidt und Andreas M. Vitt, in: *Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft*, 2008, Seite 239.

28

Selle, Gert: *Ideologie und Utopie des Design*, 1973, Seite 27.

29

Die Band zertrümmerte bei diesen Auftritten regelmäßig ihre Musikinstrumente.

wird selbst Bedeutungsträger. Der Stuhl bleibt ein Objekt mit dokumentierendem Charakter, der auf das Ereignis und den Charakter der Person, die ihn geformt hat, verweist. Der fiktive Raum, die performative Handlungsweise des Besitzers bleiben durch die Form des Stuhls stets präsent und aktuell. Er verweist als Objekt in verstärktem Maße auf das Innenleben des Co-Autors, der in der Lage war, genügend Kraft, Aggression und Formungswillen aufzubringen, um den Stuhl zu kreieren. Der zerbeulte Kubus stellt eine bestimmte Art der Beziehung zwischen Nutzer und Objekt dar, und damit eine ungewöhnliche Perspektive, aus der andere Betrachter Stuhl und Besitzer beobachten können.

Spannung erzeugt der Stuhl gerade dadurch, dass er zwar funktioniert wie Kunst, aber als Nutzobjekt ihr nicht eindeutig zuzuordnen ist. Aufgrund des fehlenden Kontexts des Kunstsystems, etwa eines Museums oder Galerieraums, muss der Betrachter selbst entscheiden, ob dies nun real oder doch nur ein Spiel ist. Schaut man sich die Bilder an, die von Droog als Beispielmaterial für den Do Hit Chair verwendet wurden³⁰, sieht man eine deutliche Diskrepanz zwischen der normalen Umgebung einer bürgerlichen Wohnung und dem zerdellten Sitzobjekt. Das reguläre Interieur dient hier lediglich als Referenzgröße, als Unterscheidungsmerkmal (im Luhmannschen Sinne könnte man auch sagen: als Umwelt für das System Do Hit Chair), um eine Vielzahl an Verweis- und Deutungsmöglichkeiten zu eröffnen. Marjin van der Poll kehrt in seinem Konzept den Repräsentationsstatus von Möbeln einfach um, denn der zerbeulte Stuhl steht hier nicht mehr im traditionellen Sinne für Status, sondern deutet vielmehr auf psychologische Zustände hin. Unterschwellige Aggression wird ins traute Heim geholt, auf Unbewusstes und möglicherweise Gefährliches. Potentiell verborgene Teile der Persönlichkeit seines Besitzers werden im Chair suggestiv vermittelt und damit in der möglichen Interpretation und Vorstellung fremder Betrachter lebendig.³¹ Den verstörenden Eindruck, den der Do Hit Chair bei seinen Betrachtern auslöst, kann man auf einem Internetblog auf durchaus amüsante Weise verfolgen. Die meisten Forenteilnehmer zeigten absolute Fassungslosigkeit über den Preis von 6.020 Dollar, völliges Unverständnis für das Konzept, äußerten sich aber auch zur Form. So bemerkte User Chris am 31.10.2007: »Looks like something found in the wreckage of Ground Zero. But even more disturbing and messed up.«³² Wäre Erklärungsbedürftigkeit ein Kriterium (und nicht lediglich ein Kennzeichen) moderner Kunst, der Do Hit Chair hätte es garantiert erfüllt.³³

Denn es ist für jeden offensichtlich, dass die Form dieses Stuhls nicht einfach so gegeben ist, und vor allem nicht genau in dieser Form existieren muss, sondern das Ergebnis aktiver Handlungen sein muss. Kontingenz von Form ist anhand des Do Hit Chairs unmittelbar sichtbar und erlebbar. Aufgrund der Wahrnehmung von Kontingenz stellen sich aber für den Betrachter auch sofort die Fragen: Warum ist das so? Was ist geschehen, wieso hat sich jemand entschieden, diesen Stuhl derart zu (ver-)formen? Mit anderen Worten: Er muss sich auf die Suche nach dem Grund, und das bedeutet dem inhaltlichen Programm, dem Konzept des Objekts machen, das allein auf sich selbst rekurriert und mit logischem, funktionalen Alltagsverständnis nicht zu erklären ist.³⁴

30

Diese Bilder sind sicherlich übersteigerte Inszenierungen, stellen aber die Relation des Stuhls mit einer »normalen« Umgebung mit einer guten Portion Humor überzeugend dar.

31

Das Unbehagen an der dunklen Seite eines scheinbar friedlichen Bürgertums bringt Franz Kafka in folgendem Zitat zum Ausdruck: »Es sind nicht nur die äußeren Feinde, die mich bedrohen. Es gibt auch solche im Innern [...]. Hier gilt auch nicht, dass man in seinem Haus ist, vielmehr ist man in ihrem Haus.« In: Kafka, Franz: Der Bau (1922/23), in: Sämtliche Erzählungen, Frankfurt am Main 1970, Seite 360. Lobte man in den 1960er vielleicht noch die Ikebana-Fähigkeit der Hausherrin, folgt auf den Do Hit Chair vermutlich eine andere Form der Kommunikation: »Ach wie reizend! Das haben Sie gemacht? (Was für ein Unhold steckt da eigentlich in Ihnen? Hier zeigen Sie wohl Ihr wahres Gesicht, wie?)«

32

http://www.geekologie.com/2007/10/smash_the_hell_out_of_a_6020_c.php.

33

Der Do Hit Chair wird vom Blogbetreiber mit folgenden Worten vorgestellt, die ebenfalls nicht sonderlich viel Verständnis für das Designkonzept übrig zu haben scheinen: »The Do Hit Chair is ridiculous. It's a 0.04" thick steel cube that costs \$6,020. The idea is that you take a sledgehammer or anything else to it and beat it to shit, until you've got something in the shape that you want. If you screw it up you're f'ed. You'll probably end up with something that resembles a sharp metal shiv just itching to tear you a new a-hole. Because that's exactly what it'll be. I just can't believe this thing. The last time I spent \$6,000 on furniture it was for my wife's new breasts, and those things are comfortable as hell. This thing just looks painful.« auf: http://www.geekologie.com/2007/10/smash_the_hell_out_of_a_6020_c.php, geöffnet am 1.12.2009.

34

Man stelle sich vor: »Ja, da habe ich einen Stuhl gekauft und ihn kaputtgeschlagen. Aber dadurch ist er erst geworden, was er sein sollte.« Das wird vielleicht – wie in Fußnote 33 zu sehen ist – nicht jedermann einleuchten.

Über den möglichen psychologischen Aspekt hinaus formuliert der Do Hit Chair aber auch Gedanken über eine mögliche nachhaltige Ästhetik von Objekten. Der einmal in Form geschlagene Stuhl wird so lange halten, in Form und intakt sein, solange sein Material existiert. Er bietet Formen an, die – einmal erschaffen – im Grunde nicht mehr beschädigt werden können. Kein Kratzer, keine Delle, keine äußere Einwirkung wird der Gestalt dieses Stuhls etwas anhaben können, sondern lediglich Formen dazu addieren. Die Konzeption der Formgestaltung ist damit wesentlich längerfristig ausgerichtet, als glatte industriell gefertigte Oberflächen modischer Produkte, die darauf angelegt, sind im Laufe der Zeit ihren Glanz sowie ihre spezifische Ästhetik zu verlieren und abzunutzen und damit zu weiterem Konsum anzuregen. Die raue Ästhetik des zertrümmerten Kubus bildet einen Kontrapol zur Perfektion digital gestalteter Oberflächen. Und thematisiert damit Verhältnisse von Verschleiß, Gestaltung und Nachhaltigkeit ebenso wie Fragen nach Autorschaft, Individualität und Originalität.

Der Do Hit Chair gibt eine paradoxe Antwort auf bestimmte Wert- und Originalbegriffe in Kunst und Design. Als Autoren- oder Designobjekt wird er (für nicht wenig Geld) gekauft und von seinem neuen, aber vermutlich unbekanntem Besitzer in die endgültige Form geschlagen. Der Fetischismus der Warenwirtschaft, ganz im Sinne Marx', bekommt hier geradezu wörtlich eins übergezogen, denn mit der anonymen Zerstörung des Warenwerts entstehen erst der Nutzwert und die Bindung zu diesem Nutzer. Der individuell geformte Stuhl hat nun einzigartige Qualitäten eines künstlerischen Originals bekommen – auf dem Markt eigentlich ein Garant für Wertsteigerung – aber was bedeutet schon ein »echtes« Original eines unbekanntem (Co-)Autors?

Marjin van der Poll reflektiert mit dem Konzept des Do Hit Chairs unser Verhältnis zu Waren und gibt damit einen übergreifenden gesellschaftlichen Kommentar ab. Es geht hier auch um eine Untersuchung der gestalterischen Bedingungen der Produktion: Heute bedeutet das aber nicht mehr Typisierung und Standardisierung im Rahmen industrieller Massenproduktion, sondern die Frage, wie Menschen als Individuen innerhalb der sie umgebenden Massen von Produkten noch eigen sein können und persönliche Beziehungen zu Dingen aufbauen können.

Der amerikanische Autor Daniel Pink beschreibt in seinem Buch »Unsere kreative Zukunft. Warum wir unser Rechtshirnpotenzial entwickeln sollten«³⁵ den Übergang unserer Gesellschaft vom Informations- oder Wissenszeitalter in ein Zeitalter, das er als Konzeptionszeitalter oder auch Conceptual Age bezeichnet. Er nennt drei entscheidende Faktoren, welche die Zukunft der globalisierten Welt entscheidend prägen könnten: die Auslagerung von Arbeit nach Asien (Outsourcing), die fortschreitende Automation und den Überfluss an Waren. Nach Pink könnten die ersten beiden Faktoren entscheidenden Einfluss auf den Arbeitsmarkt haben, denn es stelle sich zukünftig die Frage, welche Arbeiten weder von günstigeren Anbietern aus Fernost, noch von Maschinen oder Computern übernommen werden können. Dazu zählen seiner Ansicht nach technische Arbeiten wie die Programmierung von Computern sowie die mögliche Verlagerung eines Großteils des Umgangs mit Informationen (Rechtsauskünfte, Steuerprogramme usw.) auf digitale Dienste.

Vor allem Arbeiten im kreativen Sektor, die nicht auf routinierten Vorgängen beruhen und aus diesen Gründen auch weder durch Maschinen noch durch angelernte Arbeiter ersetzt werden können, bescheinigt er gute Aussichten. Damit steht Pink nicht allein. Der amerikanische Ökonom Richard Florida spricht gar von einer neuen kreativen Klasse³⁶, die entscheidenden Einfluss auf ökonomisches Wachstum und den Wettbewerbserfolg der Zukunft haben wird. Und auch Petra und Ulrich Kern gehen davon aus, »dass Design als kreative Disziplin [...] eine große Karriere vor sich hat.«³⁷

Der materielle Überfluss, das übermäßig große und vielfältige Angebot an Waren in unserer Gesellschaft könnte zur Folge haben, dass das Bedürfnis der Konsumenten nach visuell, ebenso wie nach emotional ansprechenden Produkten steigen wird, die in der Lage sind, individuelle Bedeutung und bestimmte Gefühlswerte zu vermitteln. Petra und Ulrich Kern sprechen in diesem Zusammenhang von einer »Emotionalisierung der Artefakte«³⁸, die sie als eines der großen Metathemen der zukünftigen Kreativwirtschaft bezeichnen.

Das Conceptual Age zeichnet sich darüber hinaus durch eine Verlagerung auf empathische Kommunikations- und Produktformen aus. Narrativen und spielerischen Elementen, welche die persönliche Sinnsuche von Menschen befriedigen und emotionale Werte vermitteln, wird aufgrund von veränderten Bedürfnissen, die vermehrt auf gefühlsbetonte Aspekte abzielen, verstärkte Bedeutung beigemessen.

Man kann das konzeptuelle Autoredesign durchaus in diesem Zusammenhang betrachten, da Produkte wie der Do Hit Chair genau diese individuellen und emotionalen Bedürfnisse ansprechen. Sie sind imstande persönliche und subjektive Bedeutung auf eine Weise zu vermitteln, die als authentisch empfunden wird,³⁹ da dies der Ausgangspunkt ihres eigenen Entstehens ist, wie bereits im Kapitel 6.1 am Beispiel des Designers Jurgen Bey erläutert wurde. Das bereits beschriebene reflexive Interesse der Designer am eigenen Arbeitsprozess fällt zusammen mit dem gesteigerten Bedürfnis der Konsumenten nach emotionalen Anknüpfungspunkten. Die niederländische Designerin Sarah van Gameren formuliert dies aus

35
Pink, Daniel H.: Unsere kreative Zukunft. Warum wir unser Rechtshirnpotenzial entwickeln sollten, Riemann Verlag München 2008.

36
Florida, Richard: The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York 2004.

37
Kern, Petra/Kern, Ulrich: Designmanagement. Die Kompetenzen der Kreativen, 2005, Seite 58.

38
Ebd., Seite 80.

39
Laut dem Designblog Designspots besitzen die Produkte von Droog »nicht nur über eine gewisse Portion Humor«, sie seien auch »luxuriös, authentisch, natürlich, kritisch und individuell«. Dies ist natürlich keine wissenschaftliche Beschreibung, weist aber darauf hin, wie die Produkte rezipiert werden. Vgl.: <http://designspots.blogspot.com/2009/07/droog-design-irgendwie-anders.html>.

ihrer Sicht folgendermaßen: »Wir haben keine wirkliche Beziehung mehr zu den Dingen, die wir kaufen. Die Leute suchen nach Möglichkeiten, Produkte neu zu bewerten, sie wollen eine persönliche Beziehung zu ihnen herstellen. Zum Beispiel, indem man sich bewusst macht, wie sie hergestellt wurden.«⁴⁰ Dieses Bedürfnis erklärt auch das Interesse an performativem Design, von dem in Kapitel 8 noch die Rede sein wird und das auf narrative Weise Design vermittelt.

Droog mag zwar »trocken« bedeuten und auf manche äußeren Formen der gestalteten Produkte zutreffen, bezeichnet jedoch die intendierte emotionale Wirkungsweise nicht korrekt. Dass Menschen gestaltete Objekte erleben, ist nichts Neues. Das Unternehmen Droog produziert mit seinen Objekten jedoch Handlungen und Erlebnisse, die dem Benutzer ungewöhnliche Perspektiven eröffnen, ihn in den Entstehungsprozess der Produkte einbinden, ihn die Produkte auf spielerische Weise erleben lassen. Sie schaffen einen fiktiven Raum, in dem man mal eben seinen Stuhl zertrümmern darf. Bei einem weiteren Produkt aus der Do-Serie handelt es sich um eine Deckenleuchte, die einen fest integrierten Griff besitzt, sodass der Benutzer diesen ergreifen und (bei der richtigen Art der Befestigung) an der Decke schwingen kann. Ebenfalls innerhalb der Do-Serie wurde eine Vase gefertigt, deren Porzellanhülle mit Silikon ausgekleidet war, so dass der Käufer die Vase entsprechend seiner Laune auch zertrümmern könnte, ohne dass die Scherben dabei auseinanderfielen und die Vase zerstört wäre.

Droog liefert mit seinen Produkten ereignishafte Ansätze, die den grauen Alltag bereichern können. In Zeiten von user-centered-media, in denen der Konsument es häufig mit glatten Benutzeroberflächen zu tun hat, ohne zu verstehen, wie das tatsächliche technische Produkt überhaupt funktioniert, gibt Droog ein Stückchen Kontrolle zurück und bietet mit seinen Produkten die spielerische Möglichkeit einer emotionalen Auseinandersetzung mit sich selbst. Der Käufer bezahlt hier nicht reine Produkte. Er kauft Idee, Prozess und Reflexion, und diese Elemente verleihen dem Produkt eine persönliche Bedeutung. Der Nutzen und reine Gebrauchswert dieser Objekte scheint nur mehr ein Gimmick zu sein, der über das spielerische Element hinaus verfügbar ist.

Die Annäherung von Kunst und Design kann ebenfalls unter dem Aspekt des Conceptual Age betrachtet werden. »Designer streben danach, nicht nur für die Gebrauchsfähigkeit der von ihnen entworfenen Dinge Verantwortung zu übernehmen, sondern auch für die Selbstreflexion, das anschauliche Denken, und das modellhafte Handeln Anerkennung zu finden«⁴¹, schreibt Anette Tietenberg, wobei sich die Selbstreflexion der eigenen Aufgabe und des subjektiven Prozesses von Designern durchaus in eine Reflexion der Konsumenten über das eigene Warenverhältnis wandeln kann. »Und Künstler«, führt Tietenberg aus, »suchen nach Mitteln und Wegen, um ihre soziale Relevanz unter Beweis zu stellen, indem sie den Stand der Wissenschaften veranschaulichen, der Identitätsbildung dienen, Toleranz gegenüber verschiedenen Kulturen fördern – und obendrein zum Wohlbefinden der Rezipienten beitragen.«⁴² Darüber hinaus sieht die Autorin Sophie Lovell in dem Interesse an »Hybrid-Objekten [...] eine Sehnsucht nach kulturellem Mehrwert«⁴³ der Konsumenten.

Künstlerische Arbeiten, wie das nachfolgende Kapitel über Tobias

40

Zitiert aus: Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 38.

41

Tietenberg, Anette: Die Verklärung der Dinge, in: Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 237.

42

Ebd., Seite 237.

43

Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 66.

Rehberger zeigen wird, entsprechen damit in vielerlei Hinsicht ebenfalls den Bedürfnissen nach empathischen und narrativen Ansätzen, die im Conceptual Age als bedeutsam angesehen werden.

Die klare Trennung von Produkten und Erlebnissen, die nur aus Funktion und Gebrauchswert bestehen und Objekten, die mit inhaltlichen Konzepten Gefühle ansprechen, Bedeutsamkeit entwickeln und mit ungewöhnlicher Formgestaltung die Grenze zwischen Kunst und Design kreuzen, wurde bereits historisch bereits wiederholt kritisiert, und wirkt unter den Gesichtspunkten des Conceptual Age unzeitgemäß.



Abb. 14: Marijn v. d. Poll, Do Hit Chair,
2000, Edelstahl, H 100cm,
B 70 cm, T 75 cm, © Droog
Design

7



Fallbeispiel Tobias Rehberger 1:
Design und Designprozesse als Thema und
Methode in der Kunst
Kunst wird zum Kommentator von Design

7 Fallbeispiel Tobias Rehberger 1: Design und Designprozesse als Thema und Methode von Kunst. Kunst wird zum Kommentator von Design

Tobias Rehberger ist einer der bekanntesten Künstler, die im Zuge einer Annäherung von Kunst und Design regelmäßig aufgeführt werden. Er verwendet in seiner künstlerischen Arbeit Formen, die dem Produktdesign entspringen – Methoden der Herstellung von Design, vorhandene Designobjekte – oder hat Design als Thema. Autorschaft und Originalität im Sinne des klassischen Kunstwerks haben für ihn keine große Bedeutung, und so legt er auch bei den wenigsten Objekten selbst Hand an. Auch bei Rehberger ist es das intellektuelle Konzept, das die Arbeit des Künstlers ausmacht.

1995 fertigte Rehberger Gedächtnisskizzen berühmter modernistischer Sitzmöbel, wie etwa von dem Marcel-Breuer-Stahlrohrstuhl Wassily Chair an, um seine eigene Wahrnehmung und Rezeptionsweise dieser Formen von Design zu untersuchen. Welche Formen eines solch bekannten Möblestücks bleiben wirklich im Gedächtnis?

Im weiteren Verlauf des Projekts nahm Rehberger die Rolle des Designers innerhalb der Produktion ein: Er verfasste selbst nur die Zeichnungen, den Entwurf der Möbel. Die Skizzen gab er zum Anlass einer Ausstellung in Kamerun an ortsansässigen Handwerker, die die Entwürfe entsprechend der Zeichnung umsetzen sollten. Damit führte er neben der Trennung von Entwurf und Ausführung auch den Zustand eines Auftrags in das Kunstwerk mit ein. Der Prozess, den die Möbel durchliefen, gleicht damit mehr oder weniger den heutigen industriellen Produktionsweisen, die in der Regel ein Outsourcing der Fabrikation in Entwicklungsländer vorsehen. Da die Zeichnungen weder maßstabsgetreu, noch überaus genau waren (eine Tatsache, die sie von industriellen Designentwürfen unterscheidet, die sich um ein Höchstmaß an Genauigkeit bemühen, um am Ende exakte Ergebnisse zu erhalten), hatten die Handwerker einen vom Künstler intendierten Spielraum an Interpretation der Form und in der Wahl des Materials. So baute einer der zuständigen Handwerker den Wassily Stuhl aus Leitungsrohren¹ anstelle der metallenen Industriestahlrohre nach und bespannte ihn mit Ziegenleder anstatt mit Textil. Ein weiterer stellte denselben Stuhl aus Holz her. Ein anderer Handwerker, bei dem ein Max-Bill-Hocker in Auftrag gegeben worden war, fügte diesem – vermutlich aus Gründen der Stabilisierung – ein viertes Bein hinzu.

Rehberger thematisiert in dieser Arbeit eine Tatsache, die im Design gerne ungenannt und für den Endverbraucher unsichtbar bleibt, dass nämlich die fertig hergestellten Produkte häufig nicht genau dem Entwurf entsprechen, den der Designer in Auftrag gegeben hat. Wenn diese Tatsache zur Sprache kommt, dann allerhöchstens in Rechtsstreitigkeiten zwischen Auftraggeber, Gestalter und Hersteller. Rehberger verweist weiter auf einen blinden Fleck der Produktion von Industrieprodukten: das Verhältnis der umsetzenden Arbeiter und Handwerker zu den ihnen kulturell völlig fremden Objekten. Denn innerhalb der (kapitalistischen) industriellen Produktion mag vielleicht noch die Intention des Designers etwas zählen, die Person des Ausführenden, Herstellenden jedoch nicht. Was für ein Formverständnis die ausführenden Arbeiter von den Objekten, die sie zwar

¹
Diese Tatsache ist interessant, da auch Marcel Breuer mit den Stahlrohren ein vorgefertigtes Fabrikat verwendete.



Abb. 15: Tobias Rehberger, Ohne Titel (Breuer), Ohne Titel (Judd), Ohne Titel (Breuer), Ohne Titel (Aalto), 1995, mixed Media, Dimensionen variabel, Installationsansicht, Zentrum für Gegenwartskunst im Glaspalast, Augsburg 2006, Foto: Klaus Lipa, © Tobias Rehberger



Abb. 16: Marcel Breuer, Wassily, 1925, H 72 cm, B 79 cm, T 70 cm,
verchromtes Stahlrohr, Textil, © verschiedene Hersteller

(re-)produzieren sollen, aber vielleicht vorher noch nie gesehen haben, ja die nie Teil ihres kulturellen Formverständnisses waren? In den neu produzierten Stühlen werden soziale Bedingungen sichtbar, unter denen in den meisten Fällen produziert wird und Design entsteht. Darüber hinaus wird der historische Kontext des gestalteten Objekts in der Gegenwart neu reflektiert.

Die Abstraktionsebene des glatten und perfekten Industrieprodukts, das aussieht, als wäre es ausschließlich von Maschinen geschaffen worden, wird von Tobias Rehberger zurückgeholt ins Konkrete, Menschliche, Handwerkliche und Persönliche. Von den Intentionen Marcel Breuers, der über den 1925 entworfenen Wassily Chair einmal sagte, er sei »in seiner äußeren Erscheinung sowie im Materialausdruck am extremsten [...], am wenigsten wohnlich, am meisten maschinenmäßig«², ist in der Praxis Rehbergers nicht viel übrig geblieben. Das Maschinenhafte ist aus den Stühlen Rehbergers weitgehend entfernt. Der Stuhl, der in Anlehnung an lederbezogene Clubsessel entstand, ist zwar noch zu erkennen, wirkt aber nun ein wenig plump, unbeholfen, zusammengeschustert.

Der Stahlrohrstuhl Breuers ist in der europäischen Designgeschichte ein Symbol für den formalen »Aufbruch in die Technomoderne«³, da er die von Henry Ford 1913 eingeführte Logik der Fließbandproduktion in seiner Gestaltung berücksichtigte und einpflanzte⁴ – und galt damit als sehr fortschrittlich. So ist der Wassily Chair in den Augen Gert Selles »die markanteste Lösung des Problems den industriellen Geist in die Gestalt von Objekten zu bannen. Ihm [Marcel Breuer, Anm. d. Autorin] gelingt der Entwurf eines Epochensymbols.«⁵ Rehberger dreht den modernistisch-technischen Ansatz Breuers jedoch einfach um und lässt den Stuhl neu, und zwar von Hand, interpretieren. Er vollzieht über eine Untersuchung der Form den aktuellen Stand der Geisteshaltung der Moderne nach und demonstriert mit seinem Projekt die eurozentristische Vorstellung von »Moderne« im Zeitalter der Globalisierung. Alles was sich für eine Person aus dem Westen an den Formen des Wassily Chair festmacht, die Gedanken an Fortschritt, Rationalisierung, Industrialisierung, aber auch die sozialutopischen Momente des europäischen Modernismus, die mit den Bauhausformen verbunden werden, ist in der Neuinterpretation des Stahlrohrstuhls nur noch rudimentär vorhanden.

Das Interesse Rehbergers ist dabei nicht auf Design selbst gerichtet. Design ist in der Arbeit Rehbergers vielmehr ein Medium, an dem sich Geisteshaltungen und soziale Differenzen auf besondere Weise sichtbar machen lassen. Die Beziehungen zwischen Mensch und Umwelt sowie zwischen Ländern bzw. Kontinenten und Kulturen zueinander werden in dieser Arbeit sichtbar.

Denn diese Arbeit ist kein Design, auch wenn man theoretisch auf den Stühlen sitzen könnte. Sie reflektiert den Zustand von Gestaltung, deckt Vorgänge auf, reflektiert das kulturelle Verständnis dieser Objekte. Sie gibt einen ironischen Kommentar und macht sich in gewisser Hinsicht natürlich auch über den Kult der Designklassiker lustig. Sie zeigt, was normalerweise an repräsentativen Designobjekten unsichtbar bleibt – die Rezeption derer, die sie produzieren. Ihr symbolischer, beispielhafter, vorführender Charakter ist aber von entscheidender Bedeutung als ihr

2

Bauhaus Archiv Berlin, Museum für Gestaltung (Hrsg.): Sammlungskatalog (Auswahl). Architektur, Design, Malerei, Graphik, Kunstpädagogik, Berlin 1981, Seite 96.

3

Selle, Gert: Designgeschichte in Deutschland, 2007, Seite 145.

4

Ebd., Seite 145.

5

Ebd., Seite 151.

Nutzfaktor. Letzterer wird denn auch endgültig beseitigt, da die Stühle in Ausstellungen als Kunstwerke und Skulpturen stehen und nicht benutzt werden dürfen.

Kunst hat in der Arbeit von Tobias Rehberger Design zum Thema und benutzt die Strategie der Auslagerung von Produktion, ebenso wie die Methoden handwerklicher Herstellung, um sein künstlerisches Werk zu konstituieren. Nicht nur Design verwendet also Methoden der Kunst, um das eigene Repertoire zu erweitern, sondern auch die Kunst bedient sich der Produktionsmethoden des Designs und klassischer Designthemen, um gesellschaftliche Aussagen machen zu können. Sowohl die Objekte der Designgruppe Front (von denen im nächsten Kapitel noch die Rede sein wird) wie auch die Arbeit von Tobias Rehberger folgen dem Interesse am eigenen Verständnis, der Wahrnehmung und der Konstruktion von Form und Wirklichkeit. Es geht um eine soziologische Betrachtung der Dinge, eine Entschlüsselung der eigenen Wahrnehmung von Objekten. Inwiefern ist die Form dieser Stühle, ebenso wie ihre Rezeption kulturell bedingt? Welcher der Besucher würde den Breuer-Stuhl in seiner neuen Form überhaupt erkennen? Wie viel ist von der kulturell codierten Bedeutung übrig geblieben? Rehberger macht mit seiner Arbeit Design aus der Perspektive der Kunst beobachtbar.



Abb. 17: Pablo Picasso zeichnet mit einer Taschenlampe, fotografiert 1949 von Gjon Mili, © Getty Images

8



Fallbeispiel Front: Design und Performativität

- 8.1 Sketch Furniture
- 8.2 Ästhetische Konzepte von Front: Performativität und Experiment
- 8.3 Performance und Video als Form der Beobachtung
- 8.4 Front: Gedanken zu Experiment, Technik und Zukunft

Sofia Lagerkvist, Charlotte van der Lancken, Anna Lindgren und Katja Sävström sind vier schwedische Produktdesignerinnen, die gemeinsam die Designgruppe Front gebildet haben und in jüngerer Zeit aufgrund ihrer experimentellen Vorgehensweise internationales Aufsehen erregt haben. 2007 wurde ihnen auf der Messe Design Miami sogar der »Designer of the Future Award« verliehen.

Front verbinden in ihrem Design künstlerische Methoden, wie beispielsweise performatives Vorgehen mit digitalen Techniken und haben so rasch eine eigenständige gestalterische Position innerhalb der Designszene eingenommen. Bei Front lässt sich ein sehr konzeptueller Ansatz finden, der in verstärktem Maße prozess- und nicht ergebnisorientiert ist. Auch bei ihnen ist vor allem die Idee des Projekts von Bedeutung: »In the end, the ideas become a table, a vase or a radio. But the end product usually is not the main objective.«¹ Besonders die sogenannten Sketch Furniture, die das Quartett 2006 erarbeitete, erregten mediale Aufmerksamkeit. In dieser Arbeit, die in Form eines dokumentierenden Videos auf der Internetplattform Youtube zu sehen ist² und immerhin beinahe 200.000 Aufrufe zu verzeichnen hat, wird der Gestaltungsprozess als performativer Akt dargestellt. Die Kamera ist auf die freie Bodenfläche eines Studios gerichtet, auf der dunkle Linien einen Raum gleich einer Bühne eingrenzen. Diese Art der Bühneninszenierung erinnert ein wenig an den 2003 erschienenen Film »Dogville«, in welchem der dänische Regisseur Lars von Trier mit ähnlich reduzierten Mitteln einen abstrakten Handlungsraum für seine Figuren konstruierte. In dem aufgezeichneten Viereck spielt sich nun die Handlung des Videos ab. Zwei der vier Designerinnen betreten nacheinander die Bühne und beginnen mit ausladenden Gesten in die Luft zu zeichnen. Aus diesen Gesten entstehen nun im Video auf eine Art, die dem technisch unkundigen Betrachter beinahe magisch vorkommen muss, dreidimensionale, in den Raum gezeichnete Möbel. Später im Video erheben sich reale dreidimensionale Möbel auf ebenfalls nahezu mythische Weise aus einem Becken mit weißer Flüssigkeit. Auch hier bleiben dem Betrachter technische Aspekte der Produktion verschlossen.³

Was bei Front so spielerisch und unwirklich anmutet, ist eine sehr freie Anwendung verschiedener State-of-the-Art-Technologien. Die Gesten der Frauen werden mittels Motion Capturing aufgezeichnet und von Computer Programmen in dreidimensionale, digitale Modelle umgewandelt, welche anschließend im Rapid-Prototyping-Verfahren produziert werden. Motion Capturing wird vor allem in der Filmindustrie und in der Konsumforschung verwendet, um menschliche Bewegungen und Physiognomien in 3D-Modelle übertragen, bzw. Kauf- und Rezeptionsverhalten untersuchen zu können. Bei Rapid-Prototyping handelt es sich um ein Fertigungsverfahren, das aus digitalen 3D-Datensätzen dreidimensionale Objekte produziert. Dieser Vorgang ist vergleichbar mit einem Drucker, der das dreidimensionale Objekt Schicht für Schicht aus formneutralen Material mit Hilfe physikalischer oder chemischer Effekte aufbaut. In den meisten Fällen werden auf diese Weise Prototypen konstruiert.

¹ Interview mit Front, Webseite der Messe Design Miami/Basel: <http://www.designmiami.com/basel/2007/spotlight/#>.

² Sketch Furniture auf der Internetplattform Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=8zP1em1dg5k&feature=related>.

³ Vielmehr erinnern diese Bilder in ihrem Aufbau an technologische Geburtsszenen des Science-Fiction-Genres, wie sie beispielsweise in dem Film Matrix und der Fernsehserie Battlestar Galactica vorkommen.

8.2 Ästhetische Konzepte von Front: Performativität und Experiment

Der Begriff der Performativität kommt ursprünglich aus der Sprachphilosophie und wurde von dem Wissenschaftler John L. Austin Mitte der 1950er Jahre an der Harvard Universität geprägt. Performativität hat ihren Ursprung in dem englischen Verb »to perform«, welches »Handlung vollziehen« bedeutet. Performativität bezeichnet in der Sprachphilosophie einen Sachverhalt, bei dem mit Worten nicht nur Dinge beschrieben oder Meinungen geäußert, sondern eben auch Handlungen vollzogen werden. Als Beispiel kann die Eheschließung genannt werden, wo mit den Worten »Ja, ich will« die Ehe eingegangen und damit Handlung vollzogen wird. Es ist kennzeichnend für performative Handlungen, dass sie selbstreferenziell sind und durch ihren Vollzug Wirklichkeit konstituieren.

In den 1960er Jahren gab es in der Kunst geradezu einen »Performativierungsschub«⁴. Vor allem die Künstler der Fluxus-Bewegung oder des Wiener Aktionismus begannen situations- sowie ereignisbezogene und handlungsbetonte künstlerische Darbietungen und Aktionen als neue Möglichkeiten der bildenden Kunst zu verstehen. Der künstlerische Akt, der in Form einer unmittelbaren, konkreten körperlichen Handlung abläuft, konstituiert die Performance als Prozess, der gleichzeitig das Ergebnis, das »Werk« des künstlerischen Vorgehens ist. Der Künstler wird zu seinem eigenen Medium, und die Grenzen zwischen künstlerischem Subjekt und dem geschaffenen Objekt werden in der Performance verwischt. In der Performance Art geht es häufig um eine experimentelle Erfahrung des eigenen Körpers, der als künstlerisches Medium innerhalb der Performance in bestimmte Form gebracht wird. Als bekanntes Beispiel kann hier, in der Nachfolge der Fluxus-Bewegung, das Künstlerpaar Ulay und Abramovitch genannt werden, die in radikalen Versuchsaufbauten ihre Körper auf manchmal durchaus schmerzhaft Weise künstlerischen Prozessen aussetzten. Das Verständnis vom eigenen Körper und seinen Grenzen wird so auf experimentelle Weise neu erforscht. Durch das Durchleben bestimmter Situationen ist es dem Performer möglich, völlig neue introspektive Beobachtungen zu machen.

Ein Performativierungsschub lässt sich zurzeit auch im Design beobachten, denn die bereits besprochene Fokussierung auf den Designprozess deutet auf ein gesteigertes Interesse an gestalterischer, d. h. formgebender Handlung an sich hin. Bereits 2007 wurde auf der Möbelmesse in Mailand ein Designperformanceprojekt namens Craft Punk ins Leben gerufen. Im Dezember 2009 legte die Messe Design Miami einen inhaltlichen Schwerpunkt auf Design und Performance. So gab es einen Workshop geben, der sich mit »Design in Aktion« beschäftigte und gestalterische Handlung über verschiedene Darbietungen dem Publikum zugänglich machte.

Bereits am Do Hit Chair lassen sich performative Elemente ausmachen, doch die Designgruppe Front geht noch einen Schritt weiter: Die Idee des »Wirklichkeit konstituierenden Aktes« wird von Front mit den Sketch Furniture geradezu bildlich auf den Gestaltungsprozess an sich übertragen. Das spezifische ästhetische Moment dieser Arbeit liegt im experimentellen Versuchsaufbau und in der gestalterischen Handlung. Die klassische Bühnensituation und verweist damit auf den Aufführungs-

⁴
Vgl. Fischer-Lichte, Erika:
Ästhetik des Performativen,
2004, Seite 22.

charakter sowie auf ein theatrales Moment der Aktion. Bühne und Darbietung verweisen in verstärktem Maße auf fiktionale und artifizielle Anteile, entspringen sie doch traditionell den darstellenden Künsten.

Design wird hier beinahe als etwas Magisches, Mystisches dargestellt. Die Darbietung zeigt es gleichsam als künstlerischen, suchenden Schöpfungsakt, nicht als planende und geplante Geste im Ablauf der industriellen Produktion.

Mit dieser Aktion wird Design gleichzeitig aufgeführt und ausgeführt, es realisiert sich in einem Ereignis, in das die Gestalterinnen in hohem Maße körperlich involviert sind. Ihre körperlichen Gesten schaffen zur gleichen Zeit das, was sie vollziehen. Das mag als Verklärung gedeutet werden, lässt sich aber auch als eine feministische Antwort auf männliche Schöpfungs- und Künstlermythen⁵ aus der Richtung des Designs interpretieren, wenn man die Aktion mit der Performance-Kunst der 1970er Jahre in Verbindung bringt, die verstärkt feministisch geprägt war.

Auch die Art der Zeichnung ist deutlich bestimmt durch einen individuellen, suchenden Strich, der wenig mit den konventionellen, konstruierenden, technischen und standardisierten Copic-Zeichnungen⁶ des Industriedesigns gemein hat. Der persönliche zeichnerische Strich ist innerhalb dieser Performance einmalig und nicht wiederholbar. Die Herangehensweise von Front erinnert mit den Sketch Furniture an den Künstler Pablo Picasso, der sich im Jahr 1949 dabei filmen und fotografieren ließ, wie er mit einer Taschenlampe Formen und Figuren in die Luft zeichnete. Der Photograph Gjon Mili setzte hier mehrere Kameras und Blitzlicht in teilweise völlig abgedunkelten Räumen ein, um sowohl Picassos Gesten und Gesichtsausdruck, wie auch die Lichtzeichnungen gleichzeitig fotografisch festhalten zu können. Die Zeichnungen, die mit Hilfe von Langzeitbelichtung aufgenommen wurden, waren aber erst nach der Entwicklung der Fotografien zu sehen, ähnlich wie die Sketch Furniture ebenfalls erst nach der Produktion sichtbar werden. Ähnlich wie Front, interessierte sich auch Picasso beim »blinden Zeichnen« für eine Erforschung der eigenen Gesten.⁷

Das Konzept und Interesse der Sketch Furniture ist darüber hinaus vergleichbar mit der bereits besprochenen künstlerischen Arbeit von Tobias Rehberger aus dem Jahr 1995. Weder bei Rehberger noch bei Front spielen der Akt des Möblierens, Eleganz, Funktion, Komfort oder die Repräsentationsfunktion der Möbel eine übergeordnete Rolle. Es geht um elementare Fragestellungen nach grundsätzlichen Vorstellungen von Objekten?

8.3 Performance und Video als Form der Beobachtung

Die Arbeit von Front weist über die Form der Performance auch noch weitere Ähnlichkeiten mit der Kunstbewegung Fluxus auf. So ist ein entscheidendes Kennzeichen vieler Fluxus-Kunstwerke eine umfassende Intermedialität, die klassische Formen von Kunst mit Elementen aus Musik, Theater, Fotografie und nicht zuletzt elektronischen Medien mischt.

Auch Front integrieren mit den Sketch Furniture eine Mixtur verschiedener Medien in ihre Arbeit, die nicht auf klassische Methoden des

5

Vgl. Gludovatz, Karin: Portrait des Künstlers als junger Gott. Himmlische Schaffensmythen des schöpferischen Mannes in: Sexy Mythos. Selbst- und Fremdbilder von KünstlerInnen, Neue Gesellschaft für Bildende Kunst e.V. (Hrsg.), Berlin 2006.

6

Copic-Stifte sind Marker, die auf alkoholisch löslichen Farben basieren, so dass es dem Benutzer möglich ist in Schichten verschiedene Farbtintensitäten zu erreichen sowie weiche Farbübergänge zu realisieren. Die Stifte werden von beinahe allen professionellen Gestaltern in Mode-, Produkt-, Grafik-, Industrie-, Transportationdesign verwendet und zeichnen sich durch eine spezifische Ästhetik aus, die aus ihrer Anwendung entspringt. Um die Copic-Stifte angemessen benutzen zu können, bedarf es einer bestimmten Technik, sowie nicht wenig Übung.

7

Vgl. Baldessari, Anne: Picasso und die Photographie. Der schwarze Spiegel, Schirmer Mosel, München 1997, Seite 219f.

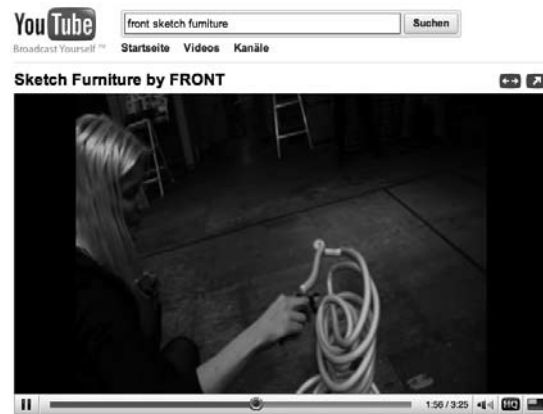


Abb. 18 – 26: Front, Sketch Furniture, 2006, © bei den Künstlerinnen, Gallery Friedman Benda, New York



Abb. 27: Lars von Trier, Dogville, 2003, Dolby, PAL, Surround Sound, 175 min,
© Concorde Video



Designs zurückgreift. Die Arbeit Sketch Furniture besteht im Grunde aus drei Teilen: der Performance oder Aktion, dem Video und den entstandenen Möbeln.

Es geht Front jedoch nicht primär um die Herstellung der Gebrauchsgegenstände oder Objekte, vielmehr ist ihre Arbeit darauf angelegt, eigene Beobachtungen beobachtbar zu machen und diesen Vorgang zu kommunizieren. Mit Hilfe der Performance geht es den Designerinnen darum, ihre eigenen Vorstellung von Möbeln, ihr Verständnis von Gegenständen, ihre eigene gestische Handlung unter den festgesetzten Bedingungen eines Experiments mit künstlerischen Mitteln neu und introspektiv zu beobachten. Diese Handlung wird auf Videomaterial aufgezeichnet und damit wiederum anderen Betrachtern zugänglich gemacht. Das Konzept der Arbeit und das Interesse der Designerinnen wird verständlicher, wenn man die theoretische Überlegung der Performance-Theorie zugrunde legt: Dem Körper wird in der Form der Ausführung seiner Bewegung ein eigenständiges Potenzial zugesprochen, welches nicht vom Bewusstsein und der Intention der ausführenden Person beeinflusst werden kann. Geht man darüber hinaus von der Annahme Gert Selles aus, dass »die Produkt- und technische Umweltgestalt [...] ein ›ästhetisches‹ Grundmuster der herrschenden Produktionsverhältnisse und damit ein Grundmuster des sozialen Verhaltens unter diesen Verhältnissen«⁸ ist, kann man das Experiment der Gruppe Front als Versuch deuten, über die Untersuchung der eigenen Vorstellung von Formgestaltung diesen sozialen Verhältnissen auf den Grund zu gehen.

Das Video ist allerdings kein wirklich dokumentarisches Video. So müssen die Zeichnungen, die im Video bereits als Möbel zu sehen sind und aus den Händen oder Stiften der Designerinnen dreidimensional in den Raum zu fließen scheinen, erst nachträglich über das Motion Capturing Verfahren eingebaut worden sein. In diesem Fall beinhaltet das Video nicht den Prozess der notwendigerweise erfolgten Nachbearbeitung, denn auch die Kamera kann die in den Raum gezeichneten Bewegungen nur zweidimensional aufnehmen und nicht direkt in räumliche, körperliche Entwurfs-skizzen übertragen. Das Video ist also eine bewusste Inszenierung, die bestimmte technische – im herkömmlichen Sinne »unkünstlerische« – Aspekte weglässt, um das Konzept der Designerinnen möglichst klar zu kommunizieren und eine gezielte Wirkung zu erzeugen.

Die vollzogene Handlung ist der eigentliche Hauptaspekt der dreigeteilten Arbeit. Die Möbel, die am Ende übrig bleiben, sind in ihrer konkreten Formgestaltung nur mehr ein dokumentierendes Relikt der eigentlichen Aktion. Im Zusammenhang mit dem Video können Betrachter die Vorgehens- und Handlungsweisen der Designerinnen nachvollziehen und beobachten. Das Video kann hier als bewusste Vermittlungsstrategie gesehen werden, es wurde vermutlich ebenso gezielt auf der Internetplattform Youtube platziert und ist hier als wundersames technisches Spektakel zu betrachten.

Im Sinne Niklas Luhmanns funktionieren die Sketch Furniture – Performance, Video, Objekte – durchaus wie Kunst. Kunst hat als symbolisch generalisiertes Kommunikationsmedium die Aufgabe, die Wahrscheinlichkeit von Kommunikation zu erhöhen. Durch Kunst wird das Erleben oder

8
Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, 1973, Seite 17.

die Handlung einer bestimmten Person (im Fall von Front einer bestimmten Personengruppe) beobachtbar und damit nachvollziehbar gemacht. Wobei noch zu bemerken wäre, dass Kommunikation im Sinne Luhmanns nicht unbedingt mit Verstehen gleichzusetzen ist, sondern eine gewisse Offenheit impliziert. Im Fall von Front realisiert sich die Konstellation, wie sie Niklas Luhmann zwischen Betrachter und Kunstwerk beschreibt, geradezu beispielhaft: »Während die gängigen Objekte einfach als das, was sie sind, beobachtet werden können, werden die als Kunstwerke beobachteten Objekte als artifizielle Objekte wahrgenommen, die von jemandem hergestellt worden sind und mit Bezug auf die Beobachtung dessen, der sie hergestellt hat, beobachtet werden müssen.«⁹

Dies ist bei Front eindeutig der Fall: Ohne das Wissen um die performative Aktion, ist die Form der Möbel für den Betrachter nicht verständlich. An sich, ohne ein Verstehen oder Erleben der Idee, des Konzepts und der Beobachtungen der Designerinnen, wirken die Möbel zwar aufgrund ihrer Form neuartig und fremd, können jedoch nicht in ihrer intendierten Bedeutung erfasst werden. In dieser Funktionsweise unterscheiden sie sich eindeutig von funktional gestalteten Objekten, die im oben aufgeführten Zitat als »gängige Objekte« bezeichnet werden. Darüber hinaus ist es das eigentliche Ziel der Designgruppe, bestimmte Vorstellungen dieser »gängigen Objekte« zu untersuchen. Die Gestalterinnen von Front beziehen sich in ihrer Arbeit auf Design in ähnlicher Weise, wie ein Text sich darauf beziehen würde. Sie machen Design über Design.

8.4 Front: Gedanken zu Experiment, Technik und Zukunft

Im Gegensatz zu Droog, für deren Produkte eine analoge Herangehensweise in den meisten Fällen kennzeichnend ist, mischen Front analoge Methoden mit digitalen Techniken. Wie das Stahlrohr für den Bauhaus-Gestalter Marcel Breuer ein neues und in Bezug auf die Möglichkeiten seiner gestalterischen Verwendung unerforschtes Material war, experimentieren Front mit digitalen Ansätzen, um neue Arten der Formgebung zu erproben.

Die technisch-seriellen und reproduktionsfähigen Verfahren von Pop, Conceptual und Minimal Art wurden in der Kunst häufig als »Enttrophung des Subjekts«¹⁰ und damit des Autors gewertet. Die Designerinnen von Front drehen den Spieß jedoch einfach um. Mittels technischer Verfahren ist es ihnen möglich, die eigenen Bewegungen, die innerhalb der Performance durchgeführt wurden, ihren persönlichen Strich, direkt und unmittelbar in ein Objekt zu verwandeln, das auch in einer hohen Auflage produziert werden könnte. Entstanden aus der Mixtur von virtuellen und physischen Realitäten wirken die Performance wie auch die Objekte gleichzeitig vertraut und neuartig-fremd; gleichzeitig handgemacht und extrem technoid.

Front setzten hier experimentell an einer Technologie an, die das gesellschaftliche Formverständnis in Zukunft grundlegend verändern könnte. Denn Rapid Prototyping ist zwar noch aufwendig und teuer, es gibt jedoch bereits Bestrebungen Geräte für den Privatgebrauch zu entwickeln, die ähnlich wie gewöhnliche 2D-Drucker privat erstellte Daten in Form von

9

Baraldi, Claudio/Corsi, Giancarlo/Esposito, Elena: GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme, 1997, Seite 107.

10

Bippus, Elke: Serielle Verfahren. Pop Art, Minimal Art, Conceptual Art und Postminimalism, 2003, Seite 77.

dreidimensionalen Objekten produzieren können. Von dieser Entwicklung geht auch der Autor und Unternehmensberater Donald A. Norman aus, der in einem Interview mit dem Wirtschaftsmagazin *brand eins* sagt: »Wir werden Drucker zu Hause haben, mit denen sich dreidimensionales Design und die entsprechende Fertigung ins Büro oder Wohnzimmer verlagern. [...] Ein 3D-Drucker, der vor Kurzem noch 100 000 Dollar gekostet hat, ist jetzt für weniger als 5000 Dollar zu haben und bald für ein paar 100. Das demokratisiert Design in ungeahntem Ausmaß. Jeder kann Objekte, Ersatzteile oder Accessoires entwerfen und die Pläne als Dateien an andere verteilen oder verkaufen.«¹¹ Dies hört sich nach ferner Zukunftsmusik an, aber noch in den 1980er Jahren war es für viele nicht vorstellbar, dass heute, knapp 30 Jahre später, Computer derart kostengünstig und leistungsfähig sein könnten, dass nahezu jeder Bürger einen Rechner besitzt, der die Größe einer klassischen Aktenmappe nicht übersteigen muss. Noch mag die Technologie zu langsam und zu teuer sein, aber wie würde sich unser Verständnis von Formen ändern, wenn es ähnlich wie Copy-Shops, auf einmal überall Rapid-Prototyping-Filialen geben würde, die Entwürfe in kürzester Zeit produzieren könnten? Was, wenn nun auch die Möglichkeiten der dreidimensionalen Produktion allen verfügbar wären? Bereits heute sind im Bereich des Grafikdesigns Programme und Produktionsmöglichkeiten auch für Amateure in umfassendem Maße vorhanden. Front experimentieren also nicht nur mit den neuesten Technologien, sie geben auch einen Ausblick auf mögliche zukünftige Entwicklungen des Designs und die damit verbunden sozialen Verhältnisse.

Heute ist die Idee von demokratischem Design daran gekoppelt, dass Gleichheit in der gleichen Möglichkeit zu Konsum besteht. Als Beispiel eines Vorreiters wird an dieser Stelle vor allem Ikea genannt, ein Unternehmen, das modisches Design zu niedrigen Preisen anbietet und dadurch einen Zugang zu bestimmten Geschmacks- und Lifestylewelten bietet. Was aber, wenn die Vorstellung von demokratischem Design nicht mehr in der Gleichheit durch Konsum, sondern im möglichen Zugang zu den Produktionsmitteln oder -technologien bestehen könnte? Für manchen Vertreter des guten Geschmacks sicher ein Horrorszenario.

11

Ross und Reiter. Interview mit Donald A. Norman, in: *brand eins* 12/2007 Schwerpunkt Design, 2007, Seite 145.

9



Fallbeispiel Tobias Rehberger 2:
Can you use it? Yes, you can!

- 9.1 Kunst und Nutzbarkeit
- 9.2 Die Macht des Kunstkontextes

Mit der Auszeichnung des goldenen Löwen auf der Biennale von Venedig 2009, die der deutsche Künstler Tobias Rehberger für die Gestaltung des Cafés, das im Park der Biennale von Venedig stand, erhielt, gewann die Diskussion um eine Annäherung von Kunst und Design neue Aktualität und mediale Bekanntheit. Rehberger gestaltete den Innen- und Außenraum des Cafés, überzog Wände, Böden und Decken mit abstrakten grafischen Mustern in Schwarz-Weiß und leuchtenden Farben und kombinierte dieses Ensemble mit Möbeln, die als Designklassiker gelten. Seine Arbeit trug den Titel »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen«. Kurze Zeit später (Ende Juli bis Mitte Oktober 2009) realisierte er eine zweite Version im Café der Kunsthalle Baden-Baden zur Ausstellung *Entre deux actes – Loge de comédienne*, die er »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen – Franchised« nannte. Bereits der Titel der Baden-Badener Arbeit zeigt, dass Rehberger ein Kunstverständnis hat, das sich von traditionellen Ideen einer originären Kunst unterscheidet.

Der Begriff Franchising bezeichnet eigentlich ein Marketingkonzept, das – in der Regel natürlich gegen Geld – Markennamen und Warenzeichen, ja häufig das gesamte Produkt-, Dienstleistungs- und Vertriebskonzept dem Franchisenehmer zur Verfügung stellt. Der eigentliche Inhaber ist an der Ausführung seiner Geschäftsidee gar nicht mehr beteiligt. Als typisches Beispiel des Franchising-Konzepts kann das Unternehmen McDonald's genannt werden. Überhaupt ist Franchising vor allem im Bereich der Systemgastronomie sehr verbreitet – vermutlich ein Grund, warum Rehberger darauf Bezug nimmt, denn auch seine Arbeit gestaltet einen gastronomischen Betrieb. Im Namen weist Rehberger also darauf hin, dass es sich bei seiner Arbeit keineswegs um ein einzigartiges Original, sondern um ein Konzept mit reproduzierbarer Formgestaltung handelt. Seine Gestaltung, die aufgrund ihrer leuchtenden Farben und grafischen Formen leicht wiedererkennbare Elemente beinhaltet, wird damit auch in den Kontext von Corporate Design gerückt, der Name Rehberger wird in seinem eigenen künstlerischen Konzept zur Marke. Kunst, die in konservativen Vorstellungen stets als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit gegolten hat, wird zum wiederholbaren, übertragbaren, reproduzierbaren Formkonzept.

Dies kann durchaus auch als Kommentar gegenüber dem Kunstmarkt aufgefasst werden, der seine Preise längst »im Zusammenspiel zwischen der Prominenz des Künstlernamens, dem Renommee der Galerie und dem Kaufinteresse des Sammlers«¹ festlegt. Künstlername und Galeriname funktionieren dort, genauso wie ein klassischer Markenname, als Garant für Qualität und Wertsteigerung, und so benannte das Wirtschaftsmagazin *brand eins* im Dezember 2009 den Zwischentitel eines Artikels auch schlicht: »Der Künstler als Marke.«²

Dies ist aber nicht die einzige Schnittstelle mit Design. So kann man zu Rehbergers Arbeit durchaus Parallelen mit der 1917 gegründeten Gruppe *De Stijl* ziehen, die (wie bereits in Kapitel 2 beschrieben) eine Vereinigung der Disziplinen Kunst und Design im Zuge der Moderne anstrebte, um bestimmte zukunftsgerichtete Sozialutopien zu verwirklichen. Sowohl Theo van Doesburg (in Zusammenarbeit mit Sophie Täuber-Arp und Hans Arp) als auch Gerrit Rietveld realisierten mit dem Café Aubette

¹
Laudenbach, Peter: Heiße Ware, in:
brand eins. Wirtschaftsmagazin,
Schwerpunkt Kunst, 11. Jahrgang
Heft 12 Dezember 2009, Seite 106.

²
Ebd.



Abb. 28: Alvar Aalto, Chair 41, 1932,
Holz, H 64 cm, B 60 cm, T 80 cm,
© Artek



Abb. 31: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, 2009,
Bar Caffetteria - Palazzo delle Esposizioni Giardini, Venedig,
verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen,
© Fondazione la Biennale di Venezia



Abb. 29: Alvar Aalto, Stool 60, 1932-33, Holz,
verschiedene Größen, © Artek



Abb. 30: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen,
2009, Bar Caffetteria - Palazzo delle Esposizioni Giardini,
Venedig, verschiedene
Materialien, verschiedene
Dimensionen. © Fondazione la
Biennale di Venezia



Abb. 32: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, Franchised, 2009, Kunsthalle Baden-
Baden, verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen, © Staatliche Kunsthalle Baden-
Baden



Abb. 33: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, Franchised, 2009, Kunsthalle Baden-Baden verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen, © Staatliche Kunsthalle Baden-Baden



Abb. 35: Razzle Dazzle auf dem französischen Panzerkreuzer Gloire

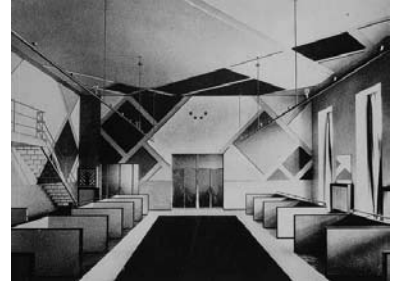


Abb. 36: Theo van Doesburg, Café Aubette, Straßburg, historische Fotografie

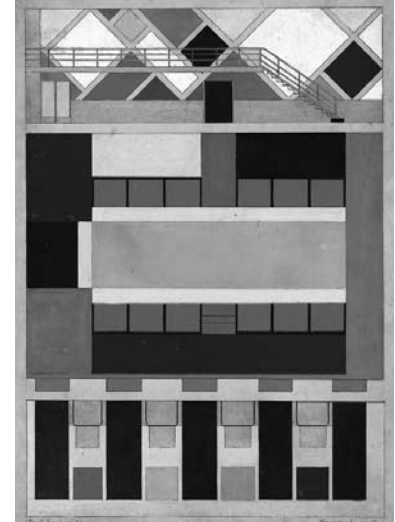


Abb. 37: Theo van Doesburg, Farbschema für das Café Aubette, 1928, Straßburg, Tusche und Gouache auf Papier, H 53,3 cm, B 37,5 cm, © 2010 Artists Rights Society (ARS), New York/VG Bild-Kunst, Bonn



Abb. 34: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, Franchised, 2009, Kunsthalle Baden-Baden, verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen, © Staatliche Kunsthalle Baden-Baden



Abb. 38: Gerrit Rietveld, Haus Schröder, 1924, Utrecht, © Rietveld Schröderhuis Foundation

in Straßburg (1927/28) und dem Schröder Haus in Utrecht (1924) Projekte, die als Gesamtkunstwerke Architektur, Malerei und Möbeldesign verbanden. Die Wände und die Decke des Café Aubette beispielsweise sind mit großen, bunten geometrischen Reliefs bestückt. An den Wänden befinden sich Sitznischen mit Tischen, die durch schwarze Kanten ebenfalls kontrastreiche Figuren innerhalb des Raumes bilden. In der Mitte des Cafés befindet sich eine große Fläche zum Tanzen. Die Paartänze der damaligen Zeit, die viele Drehungen beinhalteten, müssen bei den Tanzenden geradezu einen Farbrausch ausgelöst haben, in welchem sich die konstruktiven Formen aufgelöst und farbig durcheinander gewirbelt sein müssen.³

Eine ähnliche Wirkung erzielt die grafische Formgebung im Café Rehbergers, die mit einer starken Linienführung den Orientierungssinn und die perspektivische Wahrnehmung des Betrachters für einen Moment außer Kraft setzten. Rehberger recurriert jedoch auf die Dazzle Camouflage, die die britischen Navy im Ersten Weltkrieg für ihre Kriegsschiffe verwendete, um potenzielle Angreifer zu verwirren.⁴ Darüber hinaus könnte man Rehbergers Arbeit ebenfalls als Neu-Aktualisierung verschiedener Ideen des Modernismus interpretieren, die in dem bekannten Gründungsmanifest des Bauhauses, formuliert von Walter Gropius, benannt werden: »Das Endziel aller bildnerischen Tätigkeit ist der Bau! Ihn zu schmücken war einst die vornehmste Aufgabe der bildenden Künste, sie waren unablässige Bestandteile der großen Baukunst. Heute stehen sie in selbstgenügsamer Eigenheit, aus der sie erst wieder erlöst werden können durch ein bewußtes Mit- und Ineinanderwirken aller Werkleute untereinander ...«⁵

Innerhalb des Cafés der Biennale von Venedig verwendet Rehberger dann auch passenderweise Stühle und Hocker des finnischen Gestalters Alvar Aalto (1898–1976) als Möbel. Der Designer Aalto kann als skandinavischer Interpret der Ideen des Modernismus bezeichnet werden. Im Gegensatz zu den rekonstruierten Designklassikern von 1994 wird Design hier nicht ironisch verarbeitet. Im Gegenteil: die Möbel Aaltos beweisen, obwohl sie in den Jahren 1929 bis 1933 (und damit kurz nach dem Stahlrohrstuhl Breuers) entstanden sind, zeitgemäße Gültigkeit. Ihre organische, ein wenig futuristische Form passt sich in die Gestaltung des Cafés mit ein, wirkt als Sitzgelegenheiten entscheidend auf den Gesamteindruck mit ein. Das Design Aaltos wird bei Rehberger zum Material in einer groß angelegten Collage aus Architektur, Wandmalerei, Installation und Design. Rehberger stellt damit den Betrachter auch vor die Entscheidung, wie und auf welche Weise er die Möbel betrachtet: Ist es Kunst oder Design? Sind die Möbel Aaltos nur hier in dem Zusammenhang der Arbeit »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen« Teil eines Kunstwerkes und außerhalb nicht mehr? Aber was hat der Künstler in dem Stuhl gesehen, dass er ihn Teil eines Kunstwerkes werden ließ? Umgekehrt stellt sich die Frage aber ebenfalls gegenüber der Installation von Tobias Rehberger: Sieht der Betrachter es nur als dekoratives Design? Was sind die Gründe, die den Betrachter dazu bringen dies als Kunst anzuerkennen?

Im Fall der Franchised Version von Baden-Baden hat Rehberger zu den Stühlen, die vom Künstler Franz West gestaltet wurden, einen eigenen Stuhl entworfen. Es handelt sich um ein Pappmodell, das durch Faltung

3

Der Verlust der Perspektive mag ein Grund dafür gewesen sein, weswegen die Gestaltung beim Publikum nicht ankam. Das Café wurde in den 1930er Jahren abgerissen und erst in den 1990er Jahren rekonstruiert.

4

Vgl. Riedel, David: Paris, Kentucky – Ein Rundgang durch die Ausstellung, in: Entre deux actes – Loge de comédienne, 2009, Seite 65.

5

Gropius, Walter: Architektur, Frankfurt/Hamburg 1956, Seite 17. Zitiert aus: Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, 1973, Seite 87.

entsteht und danach bemalt wird. An dieser Stelle übernimmt er auch die Rolle und Perspektive eines Designers, muss sich mit Materialien, Ergonomie, Stabilität und Konstruktion auseinandersetzen.

9.1 Kunst und Nutzbarkeit

Während auch Niklas Luhmann den Nutzen als Ausschlusskriterium für Kunstwerke definiert, indem er sagt: »Kunstwerke haben keinen externen Nutzen; und wenn sie einen solchen Nutzen haben, zeichnet das sie gerade nicht als Werke der Kunst aus.«⁶, zeigt Tobias Rehberger auf, dass das Kriterium des Nutzens nur noch eingeschränkt gilt, um zwischen Kunst und Design zu differenzieren.

Rehberger selbst jedoch fragt sich, ob man auch auf dieselbe Weise über Kunst wie über Design reden und damit Fragen der Nutzbarkeit einbeziehen kann. Der Aspekt der Benutzung beinhaltet dabei für ihn eher Aspekte der Beobachtungsperspektive, als eine grundsätzliche Differenz zwischen Gebrauch und Ästhetik. So sagt er: »Z. B. bei einer Stahlplatte von Richard Serra, bei der ich einen kalten Hintern bekomme, wenn ich mich draufsetze. Kann man sich auch so über Kunst unterhalten [...]? [...] Inwiefern unterscheidet es sich, wenn ich einen Serra mit einem kalten Hintern oder im Verhältnis dazu betrachte, wenn ich nur davor stehe und lediglich eine ausschließlich ästhetische Seherfahrung mache.«⁷

Es ist demnach die Perspektive des Betrachters, die Rehberger interessiert. Aus der Perspektive welcher Erfahrungen betrachtet dieser die Kunst? Und so positioniert er den Betrachter als Cafébenutzer auch inmitten seiner Installation. Das Kunstwerk umgibt den Betrachter. Es liefert einen Raum, in dem Kommunikation stattfindet, und schlägt gleichzeitig das Thema der Kommunikation vor, da das Kunstwerk in seiner formalen Auffälligkeit kaum zu übersehen ist. Rehberger konstruiert so eine Situation, die zwischen Kunst und Wirklichkeit oszilliert. Durch die Benutzung des Raumes interagiert der Betrachter/Benutzer mit seiner Umgebung, die wiederum Einfluss auf seine Kommunikation und sein Verhalten hat. »Was du liebst bringt dich auch zum Weinen« kommt seinen Betrachtern und Benutzern auf eine eigene Weise entgegen, ohne dabei affirmativ zu sein, vielmehr ist die auffallende, bunte Formgestaltung durchaus irritierend. Die Arbeit bietet einen Raum, der ein Nutzraum ist, und erweitert diesen Raum mit einem extravaganen Formspiel. Indem Rehberger einen (relativ) öffentlichen Raum (für den Eintritt ins Café muss beispielsweise in Baden-Baden kein Eintritt gezahlt werden, ins Museum hingegen schon) verändert, der wesentlich mehr mit alltäglicher zwischenmenschlicher Kommunikation (z. B. in der Kaffeepause) verbunden ist als der museale Raum, schleicht sich der Diskurs über seine Arbeit auch in die Gespräche ein, die in diesem Raum geführt werden. Kunst realisiert sich hier in kommunikativen Handlungssituationen, der Kontext des Museums fügt die Frage nach der Bedeutung der Formen und auch der Situation hinzu.

Die visuelle Erscheinung des Cafés wirft die Frage auf, warum sie genau auf diese Weise und zu welchem Zweck sie derart gestaltet wurde.

⁶
Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, 1995, Seite 77.

⁷
Tobias Rehberger im Interview mit Jan Winkelmann: <http://www.jnwnklmnn.de/rehberg.htm> (in holländischer Sprache veröffentlicht in: Metropolis M. Tijdschrift over hedendaagse kunst, No. 2, April 2001).

Die ornamenthaften Elemente verstärken die Frage umso mehr, da sie die Arbeit stärker in die Richtung von Design und Styling, schieben, da es keinen logischen Zusammenhang zwischen Formgestaltung, Ort, Nutzung usw. gibt. Rehberger tritt damit in Widerspruch zu dem gewohnten Bild einer reflexiven Kunst, die sich häufig in reduzierter Formgestaltung präsentiert. Der Aspekt der Nutzung beinhaltet für die Kunst aber auch die Möglichkeit, in anderer Weise gesellschaftliche Kommunikation zu erzielen.

9.2 Die Macht des Kunstkontextes

Rehberger stellt mit seinem Café auch die definierende Kraft des Zusammenhangs zwischen Kunstdiskurs, Kunstinstitution und Rezeption dar. Sein Café hat sich aus dem musealen Raum, dem White Cube, herausgewagt in einen Raum, der zwar (im Fall von Baden-Baden) noch zur Kunstinstitution gehört, aber in der Regel von Pächtern genutzt wird, die ihn nach ihrem Geschmack in Architektur und Design gestalten. Eines der bekanntesten Beispiele für eine solche Kooperation ist das Restaurant der Fernseh-Köchin Sarah Wiener im Gebäude des Hamburger Bahnhofes in Berlin. Mit dem Auszug aus dem musealen Raum verweist Rehberger verstärkt auf die soziale Konstruktion von Kunst durch das System selbst. Dennoch benötigt auch seine Arbeit den Zusammenhang und den Kontext des Kunstsystems, denn ohne diesen könnte man seine Arbeit auch schnell mit einem poppigen, dekorativen, gestylten Club- oder Bar-Design verwechseln.

Seit Marcel Duchamp mit seinen Readymades den Kontext des Kunstsystems quasi entdeckte, gilt der museale Raum, der White Cube selbst als Kunst konstituierender Zusammenhang.⁸ Brian O'Doherty bringt die Macht des systemischen Zusammenhangs auf eine einfache Formel, wenn er sagt: »Context becomes content«.⁹ Der Kontext des Kunstsystems macht demnach Kunst zum Inhalt von Objekten, die in ihrem Zusammenhang rezipiert werden. Der Zusammenhang der im Kunstsystem vorhandenen Verweise überführt die Betrachtung eines Objekts in eine spezifische Beobachtung, die das Objekt neu einordnet. Und auch Niklas Luhmann sagt: »Jedes System – die Wirtschaft, die Wissenschaft [und auch die Kunst] – beruht auf der Kontinuität seines Operierens, es beruht auf der Erkennbarkeit der Zugehörigkeit. Wenn man etwas nicht als zugehörig zur Kunst erkennt, ist es keine Kunst.«¹⁰ Und dieser Systemzugehörigkeit geht ein Bewusstsein über die Systemzusammenhänge, die Systembegriffe und -institutionen, ebenso wie eine bewusste Ausrichtung auf die systeminternen – in unserem Fall kunstspezifischen – Beobachtungen voraus. Ohne ein Bewusstsein über dieses System ist es auch nicht möglich, einen bewussten Bruch herbeizuführen wie Marcel Duchamp oder Tobias Rehberger dies tun, und die Grenzen des Systems innerhalb seiner selbst erneut zu thematisieren, um eine fortführende Entwicklung zu gewährleisten, bzw. einen Diskurs voranzutreiben. Wobei vor allem in der Kunst die Kommunikation nicht auf Verstehen angelegt ist, sondern sehr viel Spielraum für Interpretationen lässt.

⁸ Brian O'Doherty formulierte mit seinem Buch »Inside the White Cube« einen Klassiker über den musealen Raum. »So mächtig sind die wahrnehmbaren Kraftfelder innerhalb dieses Raumes, daß – einmal draußen – Kunst in Weltlichkeit zurückfallen kann, und umgekehrt wird ein Objekt zum Kunstwerk in einem Raum, wo sich mächtige Gedanken über Kunst auf es konzentrieren.« O'Doherty, Brian: In der weißen Zelle. Inside the White Cube, Merve Verlag Berlin 1996, Seite 9.

⁹ Ebd., Seite 10.

¹⁰ Huber, Hans Dieter: Interview mit Niklas Luhmann am 13.12.90 in Bielefeld, in: Texte zur Kunst, Vol.I, No.4, 1991, Seite 123.

Marcel Duchamp positionierte Alltagsgegenstände im Museum. Rehberger vollzieht den Gedanken Duchamps in umgekehrter Richtung nach. Er tritt zwar aus dem musealen Raum hinaus und verschiebt damit den Rand des Kunstsystems ein Stückchen weiter nach außen, doch bleibt seine Arbeit einem Publikum ausgesetzt, das Kunst erwartet. Wie Duchamp den musealen Raum nutzt, so nutzt Rehberger seinen Namen als Marke, den Status des Künstlers als Kunst schaffendes Element. Der Moment der künstlerischen Beobachtung, des künstlerischen Aktes der Entscheidung, dass dies nun Kunst ist, spielt hier eine entscheidende Rolle.

Den Zusammenhang des Kontexts hat auch der Designer Konstantin Grcic erkannt, der darauf hinweist, dass die Differenz zwischen Kunst und Design darin beruht, in welchem Hinblick ein Objekt geschaffen wird, wie die Ausrichtung und Zielsetzung während seines Entstehens ist. Im Gegensatz zu Newson bedeutet dies für ihn jedoch die Ausrichtung auf Kunst oder Design. »Ein Künstler« sagt Gricic »versteht sich als Künstler, der Kunst produziert, wir sind, glaube ich, alle Designer und verstehen uns als Designer, und was wir produzieren ist Design, egal, ob es nur einmal produziert wird, wie bei einem Einzelstück, oder zehntausendmal.«¹¹

11
Zitiert aus: ebd., Seite 76.

Marc Newson scheint eine der wenigen Personen zu sein, die bewusst mit einer gezielten Ausrichtung und einem bewussten Wechsel der Kontexte arbeiten, um auf diese Weise zwischen den Disziplinen zu wechseln und die Kontextdifferenzen der Systeme innerhalb von Kunst und Design thematisieren zu können. So sagt er: »Art oder Design – das ist genauso sehr eine Frage des Kontextes wie alles andere. Mein Werk beinhaltet einen ständigen Prozess des relocating.«¹²

12
Zitiert aus: UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, 2009, Seite 98.

Es gilt für beide Disziplinen, dass sie sich einer intensiven Auseinandersetzung mit der jeweils anderen nicht entziehen können. Die Einbindung in das Kunstsystem dagegen erfolgt über die Teilnahme an der spezifischen Kommunikation. Diese wiederum erfolgt in der Beobachtung und Differenzierung von Kunst/Nicht-Kunst und darüber hinaus mit der Beurteilung des systemeigenen Codes, den Niklas Luhmann mit passend/unpassend bezeichnet. Welche Beobachtungen hat der Künstler gemacht? Wie hat er diese umgesetzt? Passen die Formen zueinander? Passt die künstlerische Lösung zum künstlerischen Konzept?

Kunst vollzieht auch im Beispiel Rehbergers die Idee des Systems paradigmatisch. Sie unterscheidet sich von allem anderen vor allem durch sich selbst. Die hier beschriebene Bedeutung des Kontexts zeigt wie wichtig es ist, sich über diese Zusammenhänge im Hinblick auf die Annäherung von Kunst und Design, bewusst zu sein. Denn vor allem die Kunst besitzt die Fähigkeit Formen, Objekte, Strategien in ihr System zu integrieren, ohne diese grundsätzlich (und außerhalb der ihr eigenen Systemzusammenhänge) zur Kunst zu machen. Vielleicht macht es angesichts der beschriebenen Designobjekte und -methoden Sinn zu beobachten, ob Design dabei ist, ähnliche Fähigkeiten zu entwickeln.

10



Fazit

- 10.1 Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf die Zukunft der Kreativwirtschaft
- 10.2 Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf den theoretischen Diskurs
- 10.3 Zum Verhältnis von Kunst und Design:
Inhaltliche Kritik

Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass das Verhältnis von Kunst und Design sowie die Beurteilung einer Grenze zwischen den Disziplinen komplexer ist, als vielleicht zu Beginn vermutet. Traditionelle Unterscheidungskriterien haben ihre Gültigkeit verloren, neue sind weder umfassend diskutiert worden, noch hatten sie Zeit sich zu etablieren. Die Annäherung von Kunst und Design, die – zugegebenermaßen – graduell verläuft, ist aktuell noch in einer Entwicklung begriffen, deren Ergebnis heute nicht absehbar ist. Es hat sich gezeigt, dass der Kunstmarkt wichtige Impulse, ja sogar zeitweilig Begriffe für den Diskurs über das Verhältnis der Disziplinen geliefert hat. Vor allem die Exklusivität der Stücke und deren ungeheure Wertsteigerung auf dem Kunstmarkt haben dazu beigetragen, experimentellem Design ein hohes Maß an Aufmerksamkeit zu verschaffen. Es ist wichtig, theoretische Überlegungen hier auf pädagogische Weise zu vermitteln, da gezeigt wurde, dass viele Käufer und Betrachter heute gar nicht mehr zwischen Kunst und Design unterscheiden (können). In der Ausrichtung von Gestaltern auf den Kunstmarkt liegt dazu die Gefahr, dass das experimentelle Autoredesign sich zu einer Art exklusivem Kunsthandwerk entwickelt und damit inhaltlich wieder an Bedeutung verliert.

Darüber hinaus gibt es einige weitere Punkte zu beachten:

10.1 **Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf die Zukunft der Kreativwirtschaft**

Kreativität wird heute verstärkt als ernstzunehmender Produktivfaktor bewertet.¹ So rief die Europäische Union 2009 als das Jahr der Kreativität aus. Autoren wie Richard Florida², Daniel Pink oder Petra und Ulrich Kern sehen in der Kreativwirtschaft große Chancen für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum³, denn Wohlstand und internationale Wettbewerbsfähigkeit können moderne Gesellschaften immer weniger mit industrieller Produktion und dem Handel mit Rohstoffen, sondern verstärkt nur mehr mit Innovation erzielen. »Gesellschaften mit einer weit entwickelten Wirtschaft, einem hohen Stand von Wissen und Wissenschaft und einem ausgeprägten Dienstleistungssektor wachsen durch Innovationen. Und diese kommen nur durch die Verbindung von Wissen und Kreativität zustande [...]. Kreativität ist das eigentliche Kapital in der heutigen Ideenökonomie.«⁴

Die experimentellen Arbeiten der Autoredesigner oder der Design Art könnten hier durchaus als unterstützenswerte Vor- und Querdenker betrachtet werden. Die Arbeiten der holländischen Designerin Hella Jongerius sind dafür ein gutes Beispiel: Ein gummiartiges Waschbecken, das sich an den Körper anschmiegt, mag auf den ersten Blick an die surrealistische Welt Salvador Dalí's mit zerfließenden Uhren und weichen Formen erinnern. Solch ein Experiment könnte aber auch anders interpretiert werden und im Sinne eines streng kalkulierenden Industriedesigns Verwendung in der Medizin, der Altenpflege oder in der Arbeit mit Menschen mit Behinderung finden. Ähnliche Potenziale der Umdeutung werden sich vermutlich oft in freien Projekten finden lassen.

¹
Vgl. Bestelmeyer, Nina: Design Thinking & Education. Designausbildung unter neuen Vorzeichen, 2008.

²
Florida, Richard: The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, 2004.

³
Dass diese Einschätzung auch für Deutschland Relevanz beinhaltet, zeigt eine Studie des unabhängigen Berlin Instituts für Bevölkerung und Entwicklung: Talente, Technologie und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat, herausgegeben von: Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung, Berlin 2007.

⁴
Kern, Petra/Kern, Ulrich: Designmanagement. Die Kompetenzen der Kreativen, 2005, Seite 57.

Zu beobachten ist dies am Beispiel der Niederlande, die mit ihrer grundsätzlich liberalen Geisteshaltung zu Kunst und Design dem wesentlich größeren Deutschland als Kreativstandort darin überlegen sind.

Experimentelle Herangehensweisen, Offenheit und Neugier sind Grundvoraussetzungen für Kreativität. Gesteigerte Interdisziplinarität und das Überschreiten von Grenzen zwischen Kunst, Design, Technik und Management könnten eine Methode sein, neue Perspektiven zu eröffnen.

10.2 Zum Verhältnis von Kunst und Design im Hinblick auf den theoretischen Diskurs

Beat Schneider zeigt auf, dass ein Großteil traditioneller Unterscheidungskriterien zwischen Kunst und Design hinfällig geworden ist. Der Kontext des Kunstsystems selbst scheint der einzig genuine Unterschied zu sein, der der Kunst noch geblieben ist. Was nicht heißt, dass er notwendigerweise auch derart bestehen bleiben muss, und ein Springen zwischen den Kontexten wie es Marc Newson vorführt nicht einfacher wird. Es bleibt abzuwarten, wie die Annäherung von Kunst und Design in dieser Hinsicht in Zukunft verlaufen wird.

Wenn es auch schwierig sein mag, Kunst und Design anhand einzelner Objekte auseinanderzuidividieren, so ist es trotz aller Verschränkungen doch sinnvoll, um die Phänomene angemessen beschreiben und analysieren zu können. Da es häufig keine Unterschiede in Form- und Methodenwahl gibt, müssen die einzelnen Arbeiten in ihrer spezifischen Ästhetik, Funktionsweise, Bedeutung und Zielsetzung genau betrachtet werden, um ein sinnvolles Urteil fällen zu können. Hier gilt es Bedeutungsebenen und Betrachtungsweisen zu analysieren. Worum geht es im Konzept? Wie hoch ist der Anteil der Selbstreferentialität bzw. Selbstreflexivität? Ist das Objekt auf die Beobachtung subjektiver Beobachtungen angelegt? Wie stark ist es bewusst in einen Verweiszusammenhang zwischen Kunst und Design eingebunden? Welche neuen Betrachtungsweisen bietet es uns auf welche Weise an? Generiert es eine Trennung zwischen Realität und Fiktionalität? Besonders der letztgenannte Aspekt der Kunst, wie ihn Niklas Luhmann in seiner funktionalen Gesellschaftstheorie beschreibt, hilft, beim Betrachten von Objekten verschiedene Funktionsweisen zu analysieren.

Pauschalaussagen wie »Design ist keine Kunst« helfen offensichtlich nicht weiter, da – wie in dieser Arbeit ausgeführt wurde – manches Design durchaus wie Kunst funktioniert, methodisch wie Kunst vorgeht und ähnliche Bedeutungsvielfalt eröffnen kann, während Kunst sich im umgekehrten Falle des Designs als Thema und methodischer Herangehensweise bedient. Es sollte auch von theoretischer Seite akzeptiert werden, dass in einigen Fällen oder einigen Aspekten Kunst und Design durchaus miteinander vergleichbar sind. Aussagen wie »Design ist Prozess« oder »Jeder Mensch ist ein Künstler« oder »Everybody is a Designer« mögen künstlerische Positionen oder die Gestaltungsauffassung bestimmter Designer angemessen ausdrücken, eignen sich jedoch nicht dazu die Phänomene zu erfassen, beschreiben, analysieren oder Theoriebildung voranzubringen. Es

macht also Sinn, den Designbegriff im Hinblick auf die verschiedenen Arbeitsweisen auch theoretisch stärker zu diversifizieren und Unterschiede deutlich zu machen. Denn im Moment geht es – auch innerhalb der Disziplinen – um eine relativ einfache Schubladenzuweisung: Ist es Kunst oder ist es Design? oder: Das ist doch keine Kunst! oder: Das ist doch kein Design, das ist Kunst! Hier stellt sich die Frage, ob die inhaltlichen Positionen, die von Künstlern und Designern angeboten werden, für den Diskurs nicht interessanter sind, als die Einteilung in die »richtige« Disziplin.

Unterschiede zwischen Autorendesign und funktionalem Design könnten dabei theoretisch herausgearbeitet werden. Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass vor allem der Bereich des Autorendesigns bislang unzulänglich untersucht wurde. Wie in dieser Arbeit ersichtlich wurde, ersetzt die klare Gebrauchsfunktion das inhaltliche Konzept, was darauf hinweist, dass konzeptuelles Design und Autorendesign unterschiedlich wahrgenommen werden und kommunizieren.

Will man im systemischen Sinne – und das bedeutet in der Hinsicht unterschiedlicher gesellschaftlicher Funktionen – zwischen Objekten unterscheiden, müssen diese gesellschaftlichen Aufgaben in Differenz zueinander untersucht werden. Ein Designbegriff, der sowohl die Gebiete des Autorendesigns wie auch des funktionalen Designs erfasst, wird vermutlich keine klaren gesellschaftlichen Funktionsweisen und Aufgaben formulieren können und so auch auf theoretischer Basis kein stabiles Fundament etablieren können. Da das Autorendesign der Gesellschaft ähnliche, wenn nicht gleiche Funktionen anbietet wie die Kunst, könnte es sinnvoll sein, einen systemischen Designbegriff klar in einem Design zu verankern, das funktionale Zielsetzungen verfolgt. Dabei sollte Design jedoch nicht auf die Produktion von Gebrauchsfähigkeit als Lieferant ökonomischer Verwertungsinteressen reduziert werden. Selbstreflexion und die Übernahme von Verantwortung sollten auch hier eine große Rolle spielen.

Im Gespräch mit Ansgar Häfner, dem betreuenden Professor dieser Arbeit, entstand die Idee Design im Hinblick auf die von ihm angebotene Orientierung, oder – wie Häfner es ausdrückte – die kommunikative Tauglichkeit hin zu untersuchen. Zielgerichtete Kommunikation, die auf Verstehen ausgerichtet ist, könnte dabei als übergeordnetes Kriterium für Design gelten, wie für Kunst die Bewertung anhand des Codes passend/unpassend gilt. Diese These kann mit Thesen des Designtheoretikers Gert Selle gestützt werden, der feststellt, dass das »Vorhandensein [...] der Produktinformation [...] (im Design, Anm. d. Autorin) in den Zustand der Evidenz, der für den Adressaten offen zutage tretenden Verständlichkeit geraten [muss].«⁵

Dies soll nun keinen Ausschluss des Autorendesigns aus dem Designbegriff bedeuten. Vielmehr könnte mit einer eigenen Terminologie auch die Akzeptanz für ein grenzüberschreitendes Arbeiten erhöht werden. Es geht an dieser Stelle verstärkt darum, inhaltliches Verständnis und Bewusstsein für hybrides Arbeiten sowohl von der Seite der Kunst wie auch von der Seite des Designs zu schaffen. Dabei sollten weniger die Akteure anhand der ihnen zugeschriebenen Rolle, als vielmehr die Objekte und Produkte im Hinblick auf Prozesse, Bedeutung und Funktion analysiert werden. Diese Herangehensweise würde auch die Möglichkeit für die Theorie

5
Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, 1973, Seite 109.

beinhalten, den Wechsel der Akteure zwischen den Disziplinen angemessen zu beschreiben.

Wie in den Kapiteln 6, 8 und 9 deutlich wurde, verwenden die Arbeiten von Autorendesignern Methoden und Vorgehensweisen aus der Kunst, richten diese jedoch in reflexiver Weise deutlich auf Design aus. Da diese Arbeiten das Ausloten von Grenzen und die Reflexion der eigenen Disziplin zum Ziel haben, sind sie natürlich – ähnlich wie Kunst – stärker bedeutungsoffen angelegt. Der Designer Ettore Sottsass bezeichnete diese Vorgehensweise einmal als »theoretisches Design«⁶, womit er entscheidende Kennzeichen gegenüber dem praktischen, industrietauglichen und funktionalen Design hervorhob. Diese Dualität der Designdisziplin gilt es in der theoretischen Reflexion zu beachten, denn beide Vorgehensweisen haben ihre Berechtigung. Innerhalb der Designdisziplin und -theorie sollten die experimentellen, reflexiven Ansätze durchaus als kritischer Input für den zeitgenössischen und historischen Designdiskurs beachtet werden, denn im Grunde handelt es sich dabei um Design über Design.

Die Selbstbezogenheit sowie die verstärkte Selbstbeobachtung ist darüber hinaus sicherlich ein Zeichen für ein zunehmendes Selbstbewusstsein von Design. Im Sinne der Systemtheorie kann diese Selbstreferenz zur weiteren Ausdifferenzierung ebenso wie zur Weiterentwicklung (Autopoiesis) des Systems beitragen, da sie den internen Diskurs über den Zustand von Design dynamisiert.

10.3 Zum Verhältnis von Kunst und Design: Inhaltliche Kritik

Trotz der These Markus Brüderlins, der ein Wiederaufleben utopischer Ideen ähnlich der Moderne in aktuellen Entwicklungen sieht, kann man an der aktuellen Design Art oder dem zeitgenössischen Autorendesign einen Mangel an Gesellschafts- oder Sozialkritik feststellen. In den 1970er Jahren verweigerten linkspolitische Designgruppierungen, die aus der Bewegung des Anti- oder Radical-Designs entsprangen, aus Gründen der Konsumkritik sogar die reale Entwurfspraxis.⁷ Und auch die künstlerischen Bewegungen wie Fluxus, auf deren Methoden, Formsprachen und konzeptuelle Herangehensweisen das aktuelle Autorendesign rekurriert, entsprangen einer kritischen Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Fragen. Auch hier ging es um die Auflösung des Warencharakters von Kunstwerken, um die Kritik an der bürgerlichen Kunstauffassung oder um eine kritische Auseinandersetzung mit dem gesellschaftlichen Verständnis von Körperlichkeit.

Auch wenn das zeitgenössische Autorendesign mit künstlerischen Methoden arbeitet und auffällige Ähnlichkeiten zu verschiedenen Kunstbewegungen aufgezeigt werden können, ist doch ein entscheidender Unterschied, dass die Positionen, welche die Gestalter einnehmen, scheinbar kaum grundlegend system-, produktions- oder konsumkritisch angelegt sind. »Denn es gibt keinen Anlass, den Designern das zu verweigern (oder nicht von ihnen zu fordern, Anm. d. Autorin), was man von den Künstlern fordert, nämlich eine kritische Auseinandersetzung mit den heutigen Konsumtionsverhältnissen.«⁸

6

Zitiert aus: Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, 2009, Seite 19.

7

Vgl.: Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. 2005, Seite 143.

8

Schmidt, Petra: Kunst und Design heute. Markus Brüderlin im Gespräch mit Petra Schmidt und Andreas M. Vitt in: Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, 2008, Seite 246.

Der Freiraum, der in der Loslösung von industrieller Produktion und Auftraggeber entstanden ist, wird im Moment für experimentelles Formspiel und Formkonzepte genutzt. Dieser Freiraum könnte aber ebenso die Möglichkeiten beinhalten, vermehrt soziale, gesellschaftskritische und utopische Momente innerhalb der Designdisziplin neu zu aktualisieren. Autorendesign könnte auch in Form von utopischem Design verstärkt auf funktionales Design zurückwirken und inhaltliche Auseinandersetzung bieten. Auch in dieser Entwicklung könnte ein emanzipatorischer Aspekt für die Designdisziplin liegen, wenn sie bewusst mit den Möglichkeiten umgeht. So formulierte bereits Otl Aicher: »sicher, es gibt kein design ohne produzent (und meint damit einen industriellen Auftraggeber Anm. d. Autorin), aber gerade dieser sollte ausgetauscht werden. er könnte öffentlichkeit heißen.«⁹

9

Aicher, Otl, in: design? Umwelt wird in Frage gestellt (IDZ I), hrsg. vom Themakreis im Internationalen Designzentrum, Berlin 1970, Seite 12, zitiert aus: Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, 1973, Seite 158.

Literaturverzeichnis

Bücher, Zeitschriften und Magazine

A

Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: Dialektik der Aufklärung, Limitierte Sonderausgabe, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1998

Alvar Aalto. Objects And Furniture Design, Ediciones Polígrafa, S. A., Barcelona 2007

Ambrose, Gavin/Harris, Paul: Basics Design: Design Thinking, AVA Academia, Lausanne 2009

Artinvestor Themenheft Design 06/2009

Autorschaft in den Künsten, Zürcher Hochschule der Künste, Zürcher Fachhochschule, Zürich 2008

B

Baldessari, Anne: Picasso und die Photographie. Der schwarze Spiegel, Schirmer Mosel, München 1997

Baraldi, Claudio/Corsi, Giancarlo/Esposito, Elena: GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1997

Bauhaus Archiv Berlin, Museum für Gestaltung (Hrsg.): Sammlungskatalog (Auswahl). Architektur, Design, Malerei, Graphik, Kunstpädagogik, Berlin 1981

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1963

Bestelmeyer, Nina: Design Thinking & Education. Designausbildung unter neuen Vorzeichen, Masterthesis im Studiengang MA Creative Direction an der Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung SS 2008, betreut von Prof. Dr. Ansgar Häfner, Prof. Jürgen Goos

Bippus, Elke: Serielle Verfahren. Pop Art, Minimal Art, Conceptual Art und Postminimalism, Dietrich Reimer Verlag GmbH, Berlin 2003

Brandes, Uta: Design ist keine Kunst. Kulturelle und technologische Implikationen der Formgebung, Lindinger + Schmid Verlag BdbR, Regensburg 1998

Brandes, Uta/Erlhoff, Michael/Schemmann, Nadine: Designtheorie und Designforschung, Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Paderborn 2009

Brown, Tim: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, HarperCollins Publishers, New York 2009

Brüderlin, Markus/Lütkens, Annelie (Hrsg.): Interieur/Exterieur. Wohnen in der Kunst – Vom Interieur der Romantik zum Wohndesign der Zukunft, Kunstmuseum Wolfsburg 2008

Buddensieg, Tilmann/Rogge, Henning: Die nützlichen Künste, Quadriga Verlag, Berlin 1981

Burckhardt, Lucius: Design = unsichtbar, Cantz Verlag, Ostfildern 1995

C

Coles, Alex: DesignArt. On art's romance with design, Tate Publishing, London 2005

D

designreport. Schwerpunkt Kunst + Design, 5/09

Dogville Godville. Methodische Zugänge zu einem Film Lars von Triers, Schüren Verlag 2008

Donald Judd Furniture. Retrospective, Museum Boymans-van Beuningen, Rotterdam 1993

DuMonts Begriffslexikon zur zeitgenössischen Kunst, Butin, Hubertus (Hrsg.), DuMont Verlag, Köln 2002

E

Entre deux actes – Loge de comédienne, Staatliche Kunsthalle Baden-Baden 2009

F

Fischer-Lichte, Erika: Ästhetik des Performativen, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 2004

Florida, Richard: The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York 2004

Foster, Hal: Design and Crime (and other diatribes), Verso Verlag, London 2002

G

Global Fun. Kunst und Design von Mondrian, Gehry, Versace und Friends, Hatje Cantz Verlag Ostfildern 1999

I

Ischinsky, Katrin: Die andere Seite der Form. Über das Verhältnis von Kunstwerk und Theorie im Theoriedesign von Adorno und Luhmann, Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades einer Doktorin phil. im Fachbereich 4, Gestaltung und Kunsterziehung der Universität GH Essen, 2002

K

Kafka, Franz: Der Bau (1922/23), in: Sämtliche Erzählungen, Frankfurt am Main 1970

Kellein, Thomas (Hrsg.): Ad Reinhard. Schriften und Gespräche, Verlag Silke Schreiber, München 1984

Kern, Ulrich/Kern, Petra: Designmanagement. Die Kompetenzen der Kreativen, Georg Olms Verlag, Hildesheim 2005

Kunstzeitung 159, Schwerpunkt Design, November 2009

L

Lippert, Werner/Wenzel, Petra (Hrsg.): UFO. Grenzgänge zwischen Kunst und Design, NRW-Forum Kultur und Wirtschaft Düsseldorf, Düsseldorf 2009

Lockwood, Thomas: Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience and Brand Value, Allworth Press, New York 2009

Loos, Adolf: Ornament und Verbrechen, 1908, Nachdruck Prachner Verlag, Wien 2000

Lovell, Sophie: Limited Edition. Prototypen, Unikate und Design-Art-Möbel, Birkhäuser Verlag Ag, Basel 2009

Luhmann, Niklas: Die Kunst der Gesellschaft, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1995

M

Martin, Roger L.: Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage, Harvard Business Press, Boston 2009

Meier, Cordula (Hrsg.): Designtheorie. Beiträge zu einer Disziplin, Anabas Verlag, Frankfurt am Main 2003

Metzler Lexikon Ästhetik: Kunst, Medien, Design und Alltag, Trebeß, Achim (Hrsg.), Metzler Verlag Stuttgart 2006

Moors, Anneke: Simply Droog. 10 + 3 years, Droog Design Rotterdam 2006

O

O'Doherty, Brian: In der weißen Zelle. Inside the White Cube, Merve Verlag, Berlin 1996

P

Pink, Daniel H.: Unsere kreative Zukunft. Warum wir unser Rechtshirnpotenzial entwickeln sollten, Riemann Verlag, München 2008

Plattner, Hasso/Meinel, Christoph/Weinberg, Ulrich: Design-Thinking, mi-Wirtschaftsbuch, München 2009

R

Ramakers, Renny/Bakker, Gijs (Hrsg.): Droog Design. Spirit of the Nineties, 010 Publishers, Rotterdam 1998

Rauterberg, Hanno: Und das ist Kunst? Eine Qualitätsprüfung, S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main 2007

S

Schneider, Beat: Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. Birkhäuser Verlag AG, Basel 2005

Selle, Gert: Designgeschichte in Deutschland. Erweiterte und überarbeitete Auflage, Campus Verlag, Frankfurt am Main 2007

Selle, Gert: Ideologie und Utopie des Design, DuMont Verlag, Köln 1973

Sexy Mythos. Selbst- und Fremdbilder von KünstlerInnen, Neue Gesellschaft für Bildende Kunst e.V. (Hrsg.), Berlin 2006

Strange, I've seen that face before, Städtisches Museum Abteiberg Mönchengladbach, DuMont Verlag, Köln 2006

T

Talente, Technologie und Toleranz – wo Deutschland Zukunft hat, Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung (Hrsg.), Berlin 2007

Tobias Rehberger 1993 – 2008, DuMont Verlag, Köln 2008

V

Vöge, Peter: the complete rietveld furniture, 010 publishers, rotterdam 1993

Vostell, Wolf: Happening und Leben, Hermann Luchterhand Verlag GmbH, Neuwied 1970

W

Wörterbuch, Design. Begriffliche Perspektiven des Design, Erlhoss, Michael/Marshall, Tim (Hrsg.), Birkhäuser Verlag AG, Basel 2008

Aufsätze und Artikel in Zeitschriften und Magazinen

B

Beilfuß, Elke und Sauer, Martina: Auf Distanz zum Gewöhnlichen; in: designreport. Schwerpunkt Verbundwerkstoffe, Ausgabe: 01 / 2009, Seite 72

Bokern, Anneke: Besuch bei Jurgen Bey in: designreport. Schwerpunkt Verbundwerkstoffe, Ausgabe: 01 / 2009, Seite 42–47

D

Dörrzapf, Anke: Schöne bunte Klamotten fürs Hirn; in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 07/2003, Seite 95

Dogramaci, Burcu: Klassiker zum Besitzen; in: Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 07/2002, Seite 66–76

Drexler, Jolanda: Democratic Design - Ikea; in: Kunstforum international: Dressed! Art en vogue. Bd. 197 Juni-Juli 2009

G

Grützner, Juliane: Design – ein Bastard? Interview mit Max Borka; in: designreport. Schwerpunkt Licht, Ausgabe: 02/2008, Seite 70–71

H

Hauschild, Joachim: Millionen für Tisch und Stuhl; in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 06/2006, Seite 125

Hein, Barbara: Mach es richtig oder gar nicht; in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 06/2008, Seite 68–70

Hoch, Jenny: Die Couch zum Bild, in: Spiegel Spezial 04/2008 vom 28.06.2008, Seite 96

Huber, Hans Dieter: Interview mit Niklas Luhmann am 13.12.90 in Bielefeld, in: Texte zur Kunst, Vol.I, No.4, Seite 121–133

I

Interferenzen affiner Disziplinen: Crossover von Kunst und Design; in: designreport 12/2002, Seite 78–80

Interview mit Don Thompson, Süddeutsche Zeitung Magazin: Heft 49/2009

K

Kohler, Michael: Wie die Avantgarde auf den Teppich kam; in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 01/2009, Seite 92

M

Meyer, Klaus: Besuch bei ... Humberto und Fernando Campana; in: designreport. Schwerpunkt von Großen für Kleine, Ausgabe 03/2004, Seite 32–35

Q

Quittenbaum, Askan/Adam, Hubertus: Pro+Kontra: Editions Möbel; in: designreport. Schwerpunkt Funktionstextilien, Ausgabe 03/2008, Seite 13

R

Ross und Reiter. Interview mit Donald A. Norman, in: brand eins 12/2007 Schwerpunkt Design, Jahrgang 10 Heft 12, Seite 144–145

S

Schaulin, Christian/Raderschad, Kristina: Trocken war gestern; in Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe 03/2008, Seite 18–29

Schipp, Anke: Vom Verschwinden der Stardesigner; in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 06.02.2005, Nr. 5, Seite 60

Schlüter, Ralf: Aus dem Labor der Ding; in Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 03/2006, Seite 28–35

Schmidt, Petra: Der neue Mark; in: Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 04/2007, Seite 60–61

Schwager-Jebbink, Juliana: Objekte zwischen Kunst und Design; in: Handelszeitung 5.11.2008

Schweighöfer, Kerstin: Er brennt für das Design; in: Art. Das Kunstmagazin; Ausgabe: 01 / 2009, 2009, Seite 62–65

Schwerfel, Heinz Peter: Kunst adelt Luxusgüter; in Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 09/2008, Seite 144

Sundergeld, Dorothea: Kreativ sein heißt vergnügt sein; in Art. Das Kunstmagazin, Ausgabe: 06/2009, Seite 90

Stürzebecher, Jörg: Kunst und Design – zwei alte Bekannte; in: designreport. Schwerpunkt Verbundwerkstoffe, Ausgabe: 01/2009, Seite 68–69

Stürzebecher, Jörg: Bauhaus und Brasilien; in: designreport. Schwerpunkt Verbundwerkstoffe, Ausgabe: 01/2009, Seite 68–69

T

Tietenberg, Anette: The Art of Design; in: Form – Zeitschrift für Gestaltung, 1999, Ausgabe 170, Seite 64–73

W

Wagner, Thomas: Im Loft wird alles zu Design; in: designreport. Schwerpunkt Verbundwerkstoffe, Ausgabe: 01/2009, Seite 65–67

Webseiten, Blogs und Onlineartikel

A

Aisslinger, Werner: Webseite: http://www.aisslinger.de/studio/downloads/articles/rondo_21_10_2005.pdf, geöffnet am 20.12.2009

Art. Das Kunstmagazin: Beecroft beim dreisten Ideenklau erwischt, 3.1.2008, http://www.art-magazin.de/szene/3153/vanessa_beecroft_alphabet_concept, geöffnet am 07.11.2009

Art. Das Kunstmagazin: Bonin, Claudia: Mit leichtem Gepäck, 05.12.2008, http://www.art-magazin.de/kunstmarkt/13262/art_basel_miami_kunstmesse?p=1, geöffnet am 07.11.2010

Art. Das Kunstmagazin: Emesz, Margit: Kunst, Krise und kaum Aufregung, 11.05.2009 http://www.art-magazin.de/kunstmarkt/18303/viennafair_2009_kunstmesse_wien, geöffnet am 07.11.2010

Art. Das Kunstmagazin: Herstatt, Claudia: Glanzvolle Neuzugänge, 12.03.2009, http://www.art-magazin.de/kunstmarkt/16446/tefaf_2009_maastricht, geöffnet am 07.11.2010

Art. Das Kunstmagazin: Peus, Camilla: Pustebumenleuchten und Gipsgebirge, 11.06.2009, http://www.art-magazin.de/design/19337/design_basel_designmesse?p=1, geöffnet am 07.11.2010

art-in.de Webseite: Jake and Dinos Chapman im Kunsthaus Bregenz (29.01. – 28.03.05), 28.01.2005, <http://www.art-in.de/incmeldung.php?id=807&-jake-dinos-chapman-Bregenz>, geöffnet am 07.11.2010

Artnet Webseite: Knobel, Stefan: Beuys bleibt, 17.06.2008, <http://www.artnet.de/magazine/news/kobel/kobel06-17-08.asp>, geöffnet am 07.11.2010

B

Businessweek: Jana, Reena: 20th-Century Designs Draw collectors; 14.12.2006, http://www.businessweek.com/innovate/content/dec2006/id20061214_961136_page_2.htm, geöffnet am 07.11.2010

Businessweek: Jana, Reena: Design Miami: Sun, Surf, and Sale; 12.12.2006: http://www.businessweek.com/innovate/content/dec2006/id20061212_858044.htm, geöffnet am 07.11.2010

Businessweek: Jana, Reena: Marc Newson and the Art of Design; 15.12.2006: http://www.businessweek.com/innovate/content/dec2006/id20061214_268221.htm, geöffnet am 07.11.2010

Businessweek: West, Harry: The Cross-Discipline Design Imperative; in BusinessWeek Special Report 04.10.2007: http://www.businessweek.com/innovate/content/oct2007/id2007104_562559.htm, geöffnet am 07.11.2010

D

Design Miami Webseite: <http://designmiami.com/miami/spotlight/>, geöffnet am 29.12.2009

Design Miami Webseite: www.designmiami.com/basel/2007/spotlight/#, geöffnet am 1.12.2009

Design Museum London, Webseite: <http://designmuseum.org/design/droog>, geöffnet am 07.11.2010

Designspots, Blog: <http://designspots.blogspot.com/2009/07/droog-design-irgendwie-anders.html>, geöffnet am 07.11.2010

Droog Design, Webseite: <http://www.droog.com>, geöffnet am 07.11.2010

Droog Design, Webseite: <http://www.droog.com/presentationsevents/do-create/>, geöffnet am 07.11.2010

E

Geekologie, Blog: http://www.geekologie.com/2007/10/smash_the_hell_out_of_a_6020_c.php, geöffnet am 07.11.2010

H

Haus der Kunst München, Webseite: simply droog, Ausstellung im Haus der Kunst München: <http://www.hausderkunst.de/hdk.de/index.php?StoryID=2198>, geöffnet am 07.11.2010

Huber, Hans Dieter: Systemische Kunstwissenschaft – ein neues Paradigma? <http://www.hgb-leipzig.de/ARTNINE/huber/aufsaeetze/syskunst.html>, geöffnet am 07.11.2010

L

Lewitt, Sol: Paragraphs on Conceptual Art, http://www.ddooss.org/articulos/idiomas/Sol_Lewitt.htm, geöffnet am 07.11.2010, erstmals veröffentlicht in: Artforum, Juni 1967

R

Rheinische Post Online 05.11.2003: http://www.rp-online.de/gesellschaft/mode/Ende-der-Guccimanie-Mit-Tom-Ford-geht-ein-Superstar_aid_25831.html, geöffnet am 07.11.2010

P

Parida, Shweta: Exclusive Interview with Richard Hutten in Dubai, 12.06.2008: <http://de51gn.com/design/interview-with-richard-hutten-in-dubai-at-the-launch-of-new-collection-by-christofle-paris/>, geöffnet am 30.09.2009

T

Winkelmann, Jan: Perspektivwechsel. Ein Gespräch mit Tobias Rehberger, 2001: In holländischer Sprache veröffentlicht in: Metropolis M. Tijdschrift over hedendaagse kunst, No. 2, April 2001 <http://www.jnwnklmnn.de/rehberg.htm>, geöffnet am 07.11.2010

W

Wallpaper Interview mit Ambra Medda, 7.12.2007: <http://www.wallpaper.com/interiors/ambra-medda-qa/1947> geöffnet am 07.11.2010

Welt online: Sammler in der Defensive, 1.04.2007, http://www.welt.de/wams_print/article787848/Sammler_in_der_Defensive.html, geöffnet am 07.11.2010

Welt online: Warum geht die Sammlung Ströher? 18.02.2007 http://www.welt.de/wams_print/article722392/Warum_geht_die_Sammlung_Stroeher.html, geöffnet am 07.11.2010

Welt online: Eckert, Daniel: Die Finanzkrise schlägt auf den Kunstmarkt durch, 07.12.2008, erschienen in: Die Welt, <http://www.welt.de/finanzen/article2837865/Die-Finanzkrise-schlaegt-auf-den-Kunstmarkt-durch.html>, geöffnet am 07.11.2010

Wippermann, Peter: Stilwerkstudie 2008: http://www.trendbuero.de/index.php?f_categoryId=166&f_page=3, geöffnet am 07.11.2010

Y

Youtube Video: Interview with Renny Ramakers, Droog Design, Amsterdam, http://www.youtube.com/watch?v=ZT4VRqbz_R0, geöffnet am 07.11.2010

Youtube Video: Sketch Furniture: <http://www.youtube.com/watch?v=8zP1em1dg5k&feature=related>, geöffnet am 07.11.2010

Youtube Video: The Do-Hit-Chair: http://www.youtube.com/watch?v=WnN-wK5_7Mw&NR=1, geöffnet am 07.11.2010

Z

Die Zeit: http://www.zeit.de/2005/09/Aus_Sesseln_wird_%27ne_Datenbank, 07.11.2010

Bilderverzeichnis:

Abb. 1: Philippe Starck, Juicy Salif, 1987, Gussaluminium, H 29 cm, © Alessi

Abb. 2: Louise Bourgeois, Maman, 1999, Bronze, H 9 m, © National Gallery of Canada

Abb. 3: Donald Judd: Ausstellungsansicht, Stühle 75/50/50, Aluminiumblech abgekanntet, einbrennlackiert, erhältlich in 15 verschiedenen Farben, o.O., o.J., © Lehni AG, Wandskulptur, o.O., o.J., © Donald Judd, aus: Donald Judd Furniture. Retrospective, Museum Boymans-van Beuningen, Rotterdam 1993, Seite 100

Abb. 4: Ansicht des Studios von Donald Judd, o.O., o.J., aus: Donald Judd Furniture. Retrospective, Museum Boymans-van Beuningen, Rotterdam 1993, Seite 88

Abb. 5: Gerrit Rietveld, Zig Zag Chair, 1932-1934, Holz, Messingschrauben, H 75 cm, B 37 cm, T 44,5 cm, © Metz & Co, Amsterdam (Produktion 1935 – 1955)

Abb. 6: Maarten Baas, Where There's Smoke Zig Zag chair (Rietveld), 2004, verbranntes Holz, H 77,47 cm, B 35,88 cm, T 49,53 cm, © San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco

Abb. 7: Maarten Baas, Where There's Smoke Zig Zag chair (Rietveld) – burning, 2004, verbranntes Holz, H 77,47 cm, B 35,88 cm, T 49,53 cm, © San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco

Abb. 8: Tejo Remy, Milk Bottle Lamp, 1991, 12 Milchflaschen, H 310 cm, B 27 cm, T 36 cm, © Droog Design

Abb. 9 – 13: Marijn van der Poll, Do Hit Chair, 2000, Edelstahl, H 100 cm, B 70 cm, T 75 cm, © Droog Design
Screenshots von Youtube Video: http://www.youtube.com/watch?v=WnN-wK5_7Mw&NR=1, geöffnet am 29.09.2009.

Abb. 14: Marijn van der Poll, Do Hit Chair, 2000, Edelstahl, H 100 cm, B 70 cm, T 75 cm, Werbefoto der Firma Droog Design, © Droog Design

Abb. 15: Tobias Rehberger, Installationsansicht, 2006, Zentrum für Gegenwartskunst im Glaspalast, Augsburg, mixed Media, Dimensionen variabel, Foto: Klaus Lipa, © Tobias Rehberger

Abb. 16: Marcel Breuer, Wassily, 1925, verchromtes Stahlrohr, Textil, H 72 cm, B 79 cm, T 70 cm, © verschiedene Hersteller

Abb. 17: Pablo Picasso zeichnet mit einer Taschenlampe, fotografiert 1949 von Gjon Mili, © Getty Images

Abb. 18 – 26: Front, Sketch Furniture, 2006, © bei den Künstlerinnen, Gallery Friedman Benda, New York
Screenshots von Youtube Video: <http://www.youtube.com/watch?v=8zP1em1dg5k&feature=related>, geöffnet am 1.12.2009.

Abb. 27: Lars von Trier, Dogville, 2003, Dolby, PAL, Surround Sound, 175 min, © Concorde Video

Abb. 28: Alvar Aalto, Chair 41, 1932, Holz, H 64 cm, B 60 cm, T 80 cm, © Artek

Abb. 29: Alvar Aalto, Stool 60, 1932-33, Holz, verschiedene Größen, © Artek

Abb. 30-31: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, 2009, Bar Caffetteria - Palazzo delle Esposizioni Giardini, Venedig, verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen, © Fondazione La Biennale di Venezia

Abb. 32-34: Tobias Rehberger, Was du liebst bringt dich auch zum Weinen, Franchised, 2009, Staatliche Kunsthalle Baden-Baden, verschiedene Materialien, verschiedene Dimensionen © Staatliche Kunsthalle Baden-Baden, Fotos: Katrin Menne

Abb. 35: Razzle Dazzle auf dem französischen Panzerkreuzer Gloire, historische Fotografie, <http://thegreengodess.files.wordpress.com/2009/08/razzle5.jpg>, geöffnet am 05.01.2010.

Abb. 36: Theo van Doesburg, Café Aubette, Straßburg, historische Fotografie

Abb. 37: Theo van Doesburg, Farbschema für das Café Aubette, Strasbourg, 1928, H 53,3 cm, B 37,5 cm, Tusche und Gouache auf Papier, © 2010 Artists Rights Society (ARS), New York / VG Bild-Kunst, Bonn

Abb. 38: Gerrit Rietveld, Haus Schröder, 1924, © Rietveld Schröderhuis Foundation

IMPRESSUM



»Whose Territory? Zum Verhältnis von Kunst und Design« wurde am 14. Januar 2010 als Master-Thesis im Studiengang Master of Arts in Creative Direction an der Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung vorgelegt.

Betreuung an der HS Pforzheim: Prof. Dr. habil. Ansgar Häfner

Prof. vertr. Dr. Holger Lund

Dank an:

Cornelia Lund

Marieken Matschenz



