Essay : Design oder Kunst?

Autor(en): **Burki, Marianne**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **17 (2004)**

Heft [14]: **Kunst und Design**

PDF erstellt am: **28.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-122486

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Design oder Kunst?

Text: Marianne Burki

Der Kunstbetrieb hat zunehmend die Eigenart, Alltagsgegenstände zu vereinnahmen. So kann Design im entsprechenden Kontext zu Kunst werden. Doch wird ein Kunstwerk im Kontext ‹Design› zu Design?

Offenbar sind Kriterien enger gefasst, wenn geht es darum, ob ein Kunstwerk auch Design sein kann. Neben «hoher Qualität und Ästhetik, guter Verarbeitung, klugen Detaillösungen und intelligentem Einsatz der Materialien» sind auch «Langlebigkeit und Nachvollziehbarkeit im Hinblick auf die Nutzung des Gegenstandes» gefragt, wie dies etwa Gabriele Lueg in der Einleitung des Katalogs ‹Swiss Made – Aktuelles Design› 2001 schreibt. Diesem Standard können viele Kunstwerke trotz oder gerade wegen ihrer künstlerischen Qualität nicht genügen. Demgegenüber kann im System ‹Alltag› fast alles Design sein, bis hin zu Lebensmitteln und Lebewesen. Weshalb sollten ein Altarbild, das als Kultgegenstand einst ebenso gebraucht wurde wie andere Utensilien auch, oder ein abstraktes Gemälde, das als Wandschmuck dient, nicht unter derselben Perspektive betrachtet werden?

Doch was verweist auf Kunst und was auf Design? Die Eckpfeiler der Diskussion um Kunst und Design, ‹Inhalt› und ‹Funktion›, kommen im alltagsgeprägten Blick, wenn auch etwas verschämt, wieder ins Spiel. Ein Logo mag noch so tiefgründige Assoziationen auslösen, eine Skulptur noch so sehr auf diese verzichten: Der Gebrauchswert ist entscheidendes Kriterium der Zuordnung. Was also führt dazu, dass bestimmte Kunstwerke ‹Design› bezeichnen und Objekte des Designs auf ‹Kunst› verweisen? Ein zu diesem Zweck frisch erfundenes Barometer dient im Folgenden als Messgerät. Dieser Prototyp basiert auf vier ausgewählten typischen Eigenschaften von Design, welche indirekt den Kunstpegel gleich mitliefern. Geeicht ist es an Kunst und Alltag, die Zertifizierung erst in Abklärung.

Visuelle Botschaften, kreative Prozesse

Perfekte Oberflächen, regelmässige Strukturen, gepflegte Materialien, überzeugende Formgebung. Erfüllt ein Produkt diese Forderungen, schweifen die Gedanken rasch Richtung Gestaltung und Design: Was so perfekt daherkommt, muss einen bestimmten Nutzen haben.

Francis Baudevin (Seite 22, Abb. 2) entwickelt seine Gemälde aus der Gebrauchsgrafik und arbeitet mit Logos und Werbebotschaften aus der ganzen Welt. Präzise in Farbgebung und massstäblich vergrössert überträgt er diese auf die Leinwand. Indem er die Schriftzüge weglässt, gewinnen Farbe und Form eine Eigendynamik. Die Erkennbarkeit ist nicht in jedem Fall gewährleistet, der Titel legt jedoch die Herkunft des Zeichens immer offen. Dieses verliert auf dem Transfer ins Bild seine ursprüngliche Aufgabe und damit den Status der Gebrauchsgrafik.

Norm (Seite 10, Abb. 2) hat mit dem ‹Sign-Generator 1.0› einen glänzenden Apparat mit einem rot leuchtenden Bildschirm gebaut. Er generiert die Kombinationsmöglichkeiten einer bestimmten Anzahl unterschiedlich ausgerichteter Striche, welche in ein Raster übertragen worden sind. Der Sign-Generator auf dem Web dagegen fokussiert auf die visualisierbare Leistung des Computers und den mechanisierten kreativen Prozess. Das Gerät insistiert auf seiner Systematik, treibt diese ad absurdum. Die Vielzahl der visuellen Lösungen relativiert jegliche Wertung und löst sie auf.

«Das Ornament ist der Ort, wo die Form dem Gedächtnis keinen Halt gibt», sagen Karin Wälchli und Guido Reichlin von Chalet 5 (Seite 17, Abb. 8). Sie erforschen und entwickeln zeitgenössische Muster- und Formensprachen für verschiedene Verwendungszwecke. Ornamente ordnen und organisieren Oberflächen, sie geben Struktur oder lösen sie auf. Das Ornament selber bewegt sich immer zwischen Figuration, Abstraktion und Dekoration, zwischen Design und Kunst sowie Design und Architektur. Und das Produkt? Wo ist die Tapete ‹Tapete›, wo wird sie zur Installation, zum Wandgemälde oder zum Kunstwerk?

Vectorama (Seite 22, Abb. 4-5) stellt auf dem Web mit einem Mulituser-Playground Grafiktools zur Verfügung, die die Entwicklung von eigenen Designs ermöglichen. Da bis zu zehn Gamer gleichzeitig entwerfen können, lösen sich geplante Gestaltungen oft im Nichts auf oder werden auch mal durch Unerwartetes bereichert. Der kreative Prozess wird eingeschränkt und zugleich erweitert, jedoch in seiner Kontinuität verunmöglicht. Die Produkte lassen sich keinem Stil, keiner Handschrift zuordnen und sind allenfalls durch die verfügbare Software bestimmt und entsprechend perfekt. Jeder ein Gestalter, jede eine Künstlerin.

Vaclav Pozarek (Seite 16, Abb. 1-2) untersucht die spezifischen Botschaften von Gegenständen. Er visualisiert räumliche und funktionale Eigenheiten von Möbeln, die unvermutet auch Architekturen sein könnten. Ihre perfekte, materialgerechte Ausführung belässt sie trotz funktionalen Abweichungen im Bereich möglicher Gebrauchsobjekte. Doch der Fokus liegt nicht auf ihrem Nutzen. Sie thematisieren sich selber, bewegen sich Richtung abstrakte Konstruktion und interpretieren visuell die Logik ihrer Funktion.

‹Usability› zwischen Sein und Schein

‹Usability›, Brauchbarkeit und Handlichkeit, ist ein wichtiges Kriterium zur Beurteilung von Design, für Kunst kann sie kaum angewendet werden. Einige Objekte und Projekte in der Ausstellung fordern zum Gebrauch auf oder verunmöglichen die von ihnen suggerierte Anwendung.

Ein Radio ist ein nützlicher Gegenstand und in der Regel als solcher erkennbar. Nicht so das Radiogerät von Susi und Ueli Berger (Seite 16, Abb. 4). Demontiert erinnert es in seiner trashigen Form an Kunst; als Empfänger erweckt es kein besonderes Vertrauen. Und doch funktioniert es einwandfrei, auch wenn es kein genormtes Verhalten mehr auslöst, das Gerät einzuschalten und den Sender zu regulieren. Warum sieht ein Radio wie ein Radio aus? Eine Werbekampagne könnte auch die dekonstruierte Form als normal verkaufen: Dann handelte es sich um Design, bestimmt nicht um Kunst. So jedoch balanciert das Objekt zwischen abs-

traktem Körper und Gebrauchsgegenstand und umkreist mit Witz das Diktum ‹form follows function›. Ein Stuhl hat meistens vier Beine, manchmal auch eine Lehne. Er ist im Gleichgewicht und unterstützt den Körper mit Sicherheit. In «be your own chair ... and walk it» gehen Stauffacher-Benz (Seite 22, Abb. 3) vom ‹Stuhl mit Lehne› aus. «Damit verquicken wir die Vorzüge der Einfachheit des Melkschemels mit der Eleganz und mit dem Prestige von Designerstühlen.» Visuell entstehen Möbel, im Gebrauch lösen sie sich mit dem Weggang der Sitzenden wieder auf. Denn die Lehne ist auf den Rücken des eigens für Benutzer angefertigten Overalls nur als Bild vorhanden. Die zwei Beine und die Sitzfläche machen ohne diesen und den Menschen kaum Sinn, der Akt des Sitzens wird zur Performance.
Die Einladung, Kunst zu benutzen, steht normalerweise dem Gebot, Kunst nicht zu berühren, diametral entgegen. Die ‹useme*s› von RELAX (chiarenza & hauser & co.) (Seite 16, Abb. 5-7) fordern dazu auf, etwas nicht unmittelbar Nützliches zu benutzen. Ein bestimmter Gebrauchswert ist ihnen jedoch nicht abzusprechen. Die ‹useme*s› werden zum Accessoire während des Ausstellungsbesuches und könnten hier und dort auch im Alltag nützlich sein. Dass dieselben Objekte an der Wand nicht berührt werden dürfen, unterstreicht ihre Ambivalenz. Ist taktiles Erleben oder vertieftes Nachdenken nützlicher? RELAX stellen mit den ‹useme*s› Relationen zwischen Gebrauch, Design und Kunst in Frage. Und ganz einfach geht auch die Bestellung der vier Typen per Internet: ‹unlimited edition›!
Lang / Baumann (Seite 10, Abb. 1) greifen in ihrer Formensprache auf das Design der Sechzigerjahre zurück und entwickeln Orte mit einem Gebrauchswert, der sich beim Benutzen als Scheinfunktion offenbart. Bei ‹Shining Step #1› können Besucherinnen und Besucher aufs Podest gelangen, sich in Szene setzen und so Teil des Werkes werden. Der Nutzen dieser Erfahrung löst sich auch symbolisch bereits im Lichtkegel wieder auf. Die Konstruktionen entziehen sich dem Begriff des Mobiliars und werden zum begehbaren Raumelement mit skulpturalem Anspruch.

Souvenirs

Aus den Ferien werden sie zurückgebracht, diese kleinen Erinnerungshilfen und Stellvertreter für Erlebtes. Einige Werke der Ausstellung erinnern in diesem Sinn an Design. Clare Goodwin (Seite 22, Abb. 1) lässt die Eindrücke von Radio- und TV-Geschäften einwirken. Bemalte Kartonschachteln fungieren als Fernseher, Stereoanlage oder CD-Player; sie sind zugleich Objekt und Malerei. Einerseits imitieren sie einen Mediensupermarkt, anderseits zeigen sie, wie selbstverständlich ein TV zur Möblierung zählt. Doch es gibt auch die zahlreichen Bildschirme in Ausstellungen. ‹Unplugged› geben sie nichts vom Werk preis und werden mit dem Gerät in der guten Stube gleichgesetzt.
Eine perfekte Oberfläche aus Plexiglas und ein blaues Leuchten aus dem Innern des Hohlkörpers: Der ‹Tisch› von Mariann Grunder (Seite 11, Abb. 6) nähert sich mit seiner ästhetischen Ausstrahlung dem Design. Durch die leicht abfallende Oberfläche ist er jedoch als Tisch nicht brauchbar, wird allenfalls zum tischartigen Leuchtkörper. Das Objekt rückt in die Nähe eines surrealen Traumes, erinnert an eine bestimmte Atmosphäre, an einen bestimmten Moment.
Die Arbeiten von René Zäch (Seite 23, Abb. 7) erinnern an Alltagsdinge, an Möbel oder Schreibmaschinen, aber auch an Satelliten oder Roboter. Die Zuordnung ist eindeutig, doch der Gegenstand distanziert sich zugleich. Die Konstruktionen zeigen sich auch als abstrakte Werte von Linien und Flächen, auf die zahlreiche Dinge reduziert werden könnten. Ihren Modellcharakter ziehen sie aus diesem Umstand, aber auch aus der Herstellung: Es sind präzise handgefertigte ‹Prototypen›. Sie bleiben ambivalent, sind immer fast etwas und dann doch das andere.
Mit Klebeband verwandelt Andreas Widmer (Seite 10, Abb. 4-5) den Raum in einen überdimensionierten Faltbogen, der in rührender Weise aus der zweiten Dimension herausgeholt wurde. Die Papierschlösser und -häuser der Kindheit werden ins Gedächtnis gerufen. Die Erinnerung geschieht sozusagen vorwärts, die Klebebänder weichen die reale Konstruktion auf. Der Raum wird zum Sujet für ein Kartonhaus, das beliebig und einfach reproduziert werden kann.

Lancierung neuer Produkte

Produktentwicklung ist aufwändig. Neben Form und Funktion müssen die Bedürfnisse des Marktes geklärt werden. Till Velten (Seite 22, Abb. 6) arbeitet am Beispiel der international tätigen Glaskristall-Firma Swarovski mit den Begriffen Verführung, Scheinwelt, Glamour und Glanz und untersucht deren Zusammenhang mit der Kunstwelt. Ein Raum wird von drei ungewöhnlich platzierten Kristalllüstern beherrscht, die mit ihren spiegelnden Reflektionen eine irreale Glitzerwelt erschaffen. Den Kontrapunkt dazu bildet sein nüchtern geführtes Interview mit Nadja und Markus Swarovski aus der Besitzerfamilie.
Visualinguistic (Seite 16, Abb. 3) aus der Westschweiz erfindet für ihre Kunden neue Werkzeuge. Die ‹Übereinkunft von Langenthal› dient als virtueller Arbeitsrahmen zwischen lokalen Firmen und Kreativen aller Art, in dem die individuellen Bedürfnisse in Bezug auf Kreativität abgeklärt werden. Im Kunsthaus entsteht das ‹Museum des Verhaltens›, ein leerer Raum, welcher als offene Projektionsfläche für alle möglichen gesellschaftlichen Kodes und kreative Möglichkeiten dient. Für den Designers' Saturday steht auch ein ‹Raum ohne Objekte› bereit. Bevor man ihn betritt, können Objekte temporär deponiert werden. Jeglicher Gegenstand, ob zurückgelassen oder mitgenommen, misst sich im neutralen Raum mit Design und Kunst, Nicht-Design und Nicht-Kunst. Eigentliches Produkt sind Diskussionen, leise Infiltrationen von Kunst im kunstfremden Kontext.
PROTOPLAST (Seite 10, Abb. 3) produziert Verpackungen für Vorstellungen und Denkfelder, für die Vermarktung von Placebos: Imaginäre Produkte, die anlässlich der von ihnen konstatierten ‹Sinnkrise› der Warenwelt als Alternativen entwickelt werden. In Analogie zur Firma Porsche, welche Entwurfsskizzen von neuen Modellen publiziert, legten PROTOPLAST kreative Verläufe offen, die in unterschiedliche Resultate münden. Einmal entsteht gutes Design, dann Horror-Design und Nicht-Design.

Messgerät

Damit ist die erste Runde mit dem neuen Messgerät beendet. Nun wären sämtliche Werke auf alle vier Kriterien zu überprüfen: Auf einer Skala von 1 bis 10 wird gewertet: 1 bis 4 Punkte: wenig Design und entsprechend viel Kunst, 6 bis 10 dagegen: viel Design und wenig Kunst. 5 Punkte lassen alles in der Schwebe. Aufzupassen gilt es bei der Kategorie ‹Souvenir›, deren Punkteskala umgekehrt zu handhaben ist. Bei einer Gesamtpunktezahl zwischen 4 und 16 Punkten liegt die Vermutung nahe, dass es sich um Kunst handelt. 24 bis 40 Punkte verweisen auf Design. Und dazwischen bleibt alles in der Schwebe.•