Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 6 (1993)
Heft: 1-2

Artikel: Sicurezza und Beezza : Interview mit Michele de Lucchi
Autor: De Lucchi, Michele / Leuschel, Klaus Stefan / Kusch, Sabine
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-119752

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Sicurezza und Be

Der Architekt und Designer Michele de Lucchi aus Mailand war einer der jüngsten Vertreter des Radical Design. Heute ist er Leiter des Produktdesigns von Olivetti. Klaus Stefan Leuschel und Sabine Kusch haben mit ihm über Olivetti, Italien und den neuen Konservativismus im Design gesprochen.

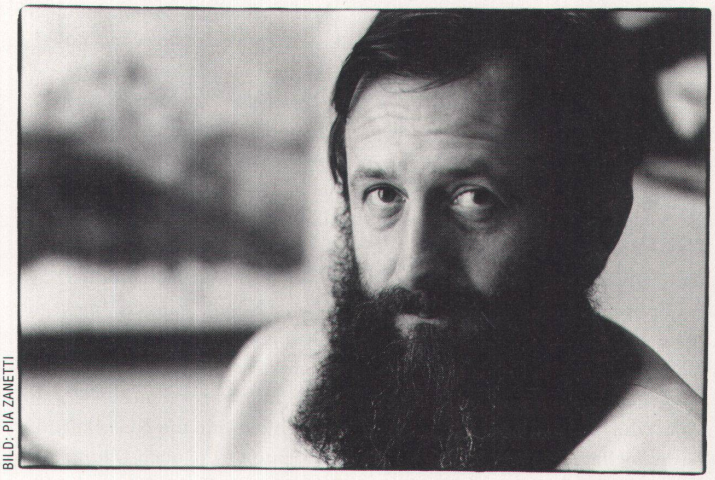

BILD: PIA ZANETTI

Michele de Lucchi: In Italien fusst das Berufsbild des Designers viel stärker als anderswo auf dem des Architekten

Hochparterre: Sie sind der verantwortliche Designer von Olivetti. Es ist zu hören, dass sich in dieser Firma vieles verändert.
Michele de Lucchi: Ich bin der einzige Designer, der noch bei Olivetti ist. In der Vergangenheit hatte Olivetti ja einen grossen Ruf in bezug auf Design. Noch bis vor drei Monaten gab es zwei Designbüros. Die bestehen nicht mehr. Olivetti wünschte sich ein Büro für alle Designarbeiten, und sie haben entschieden, dass ich das leite. Im Moment bin ich also für das Design, genauer: für das Produktdesign verantwortlich.

Und wer ist für die grosse Tradition des Hauses, das Corporate Design zuständig?
Hans von Klier ist weiterhin für alle Corporate-Design-Fragen verantwortlich, wie Verpackung, Typographie und Ausstellungen.

Und Ettore Sottsass, ist auch er nicht mehr beratend tätig ?
Nein. Die einzige externe Beziehung besteht zu Clino Castelli, da wir derzeit an einer neuen Skala der Hausfarben arbeiten. Clino Castelli ist dafür verantwortlich.

Die Struktur ist also kompakter geworden ?
Ja. Das hat es noch nie gegeben, dass ein einzelner Designer so viel Macht in der Firma gehabt hat wie ich heute. Man muss aber auch sehen, dass das Design noch nie eine so unbedeutende Rolle gespielt hat wie heute.

Ein Widerspruch?
Es ist ein eindeutiger Widerspruch, aber Design heisst ja Arbeit an Widersprüchen. Italienische Firmen, besonders die Möbelfirmen, sind oft Familienunternehmen. Man hat es meist mit einem persönlich geprägten Unternehmen zu tun. Nun sind aber auch Designer Persönlichkeiten mit Eigenheiten. Da aber besteht der Widerspruch: Ich muss die Bedürfnisse des Unternehmens so interpretieren, dass sie mit meiner Persönlichkeit zu vereinbaren sind.

Ist es nicht viel schwieriger, diese Arbeit für grosse Unternehmen wie Olivetti zu leisten?
Olivetti ist eine grosse, aber keine riesige Firma. Ich treffe häufig Herbert Schultes (Siemens AG) oder Stefano Marsano, den Chef-Designer von Philips. Sowohl Philips wie auch Siemens sind riesig im Vergleich zu Olivetti. Und Schultes wie auch Marsano sind restlos ausgelastet. Mein Ding wäre es nicht, restlos von einer Firma beschäftigt zu werden.

Gibt es für Sie so etwas wie eine deutsche oder eine italienische Eigenart im Umgang mit Design?
Gio Ponti hat als Grafik-Designer und als Möbel-Designer genauso gearbeitet wie als Architekt. Damit hat er eine Tradition etabliert. In Italien, genauer gesagt in Mailand, fusst das Berufsbild des Designers viel stärker als anderswo auf dem des Architekten. Das gilt für die Gestalter von Innenräumen oder Möbeln ebenso wie für solche wie mich, die sich auch mit dem Design von Maschinen, Computern und Haushaltgeräten befassen. Dank dem breiten kulturellen Verständnis werden viel mehr Aspekte des alltäglichen Lebens in den Entwurf einbezogen. Diese Haltung ist dem Arbeitsverständnis der Architekten des letzten Jahrhunderts vergleichbar. Mackintosh gestaltete Gabeln, Löffel und ganze Gebäude. Wichtig wird dann die Handschrift, die das ganze Werk zusammenhält.

Wie weit spielt da die vergleichsweise kleinteilige Struktur der Industrie eine Rolle?
Die italienischen Firmen sind allgemein sehr klein. Die grossen funktionieren nicht oder haben einen Diktator, der alles selber entscheidet. Unsere patriarchalischen Strukturen stützen aber zweifellos ein ausdrucksstarkes Design. Aber die Probleme, vorab der grossen Firmen, nehmen zu. Olivetti zum Beispiel ist im Moment ein riesiges Chaos.

Das scheint mir nicht wesentlich anders zu sein als bei deutschen Unternehmen. Da setzen sich die Geschäftsleiter zwar mit Designern zusammen, haben aber allgemein grosse Mühe, Entscheide zu fällen.
Ich erlebe da grosse Unterschiede. In Italien ist das Marketing kein eigenständiger Bereich. Es ist allenfalls Verkaufshilfe, aber kein Instrument, um Zukunft zu planen. Bei uns hängt vieles an Personen. An Gandini bei Flos, an Gismondi bei Artemide, an Alessi bei Alessi. Die haben aber keine Nachfolger. Und auch die grossen Designer haben nur ganz wenige Nachfolger. Es gibt viel mehr gute englische oder deutsche als junge italienische Designer. Auch hat es mit Ausnahme von Ettore Sottsass keiner der grossen Alten geschafft, ein Mentor zu werden. Einzig er hat ein ewig grosses Büro. Die andern sind lieber allein. Auch die der mittleren

Interview mit Michele de Lucchi

Generation. Ich zum Beispiel muss mich mächtig anstrengen, meine 15 Leute zu erhalten.

Das intellektuelle Selbstverständnis der italienischen Designer hat wohl auch Folgen auf den Arbeitsalltag?
Ein weiterer wichtiger Unterschied zwischen Italien und der Welt ist sicher auch die Vorstellung von Arbeit und Organisation. Wir haben in Italien ja nicht die geringste Ahnung, was Organisation bedeutet. Mit Organisation meine ich vorab die freiwillige Zusammenarbeit, zu der jeder Beteiligte seinen Beitrag liefert. Da sind die Japaner, aber auch die Deutschen gut. Solches ist unvorstellbar in Italien. Es gibt viel zuviel Individualismus. Öffentlichen Raum zum Beispiel, das gibt es in der Vorstellung der Italiener gar nicht mehr.

Aber Italien hat doch wunderbare öffentliche Räume?
Diese öffentlichen Räume sind gar keine öffentlichen Räume, sondern Niemandsland, für das niemand verantwortlich ist. Schauen sie sich die Strassen an, diese verdreckten Strassen. Schauen sie sich die Denkmäler an: Sie sind schlecht erhalten. Uns rettet nur unsere grossartige Geschichte und Tradition. Aber abgesehen von den Plätzen im Stadtzentrum: Gehen sie einmal nach Sesto Giovanni bei Mailand, einer der grauenhaftesten Vororte der Welt. Überall grosse Öde – nur in Süditalien gibt es noch einige schöne Dörfer.

Sie haben die achtziger Jahre als Zeit farbenfroher und optimistischer Gegenstände erlebt. Welcher Art werden die Bilder der angebrochenen Dekade sein?
Meiner Meinung nach wünschen wir uns heute – und das Design wird das zum Ausdruck bringen – «sicurezza» (Sicherheit). Nicht nur Sicherheit im Hinblick etwa gegenüber der Natur, sondern auch gegenüber allen vorstellbaren Werten. Man muss sich nur das gegenwärtige Design der Möbel anschauen: Sicherheit, so weit das Auge reicht. Man will sich sicher, beschützt und komfortabel fühlen.

Diese Idee der Sicherheit ist wohl auch Ausdruck der neuen konservativen Welle.
Sicher. In dem Sinn etwa, dass die Sicherheit im Zusammenhang mit Vorstellungen von Langzeit-Werten steht. Das mag vernünftig sein. Bei der Arbeit und in der Politik ist jedoch zu beobachten, dass die Vorstellung von Sicherheit einen gefährlichen Konservativismus fördert. Wir Designer waren dem Risiko, uns reaktionär zu verhalten, schon lange nicht mehr so gefährlich nahe wie jetzt.

Glauben Sie, dass dem Design im Zusammenhang mit den reaktionären Strömungen eine politische Bedeutung zukommt?
Ich denke mehr an eine soziale als an eine wirklich politische Funktion. Zu Zeiten des «radical design» lautete der Slogan: Alles, was Designer und Architekten tun, bestimmt nicht nur die Gestalt der Gegenstände, sondern auch den Umgang mit ihnen. Also: wenn man ein Glas mit Griff entwirft, nötigt man den Nutzer, den zu benutzen. Das scheint oberflächlich, aber es zeigt auch, dass wir Verantwortung wahrnehmen wollen.

Wenn ich mich recht erinnere, ging es dem Radical Design um eine Haltung, die unseren Umgang mit dem Raum, dem Wohnraum, dem Möbel und dem Gegenstand generell verändern wollte. Sie waren einer der jüngsten Vertreter dieser Bewegung. Sind die Ideen passé ?
Nein, keinesfalls. Wir hatten damals andere Rezepte, um uns auszudrücken. Das Thema hiess, die versteckte Kreativität der Leute zu stimulieren. Das haben wir gewöhnlich mit Happenings und durch Performances versucht. Das war ja auch die Zeit dafür... die Zeit nach den Beatles. Und wir haben mehr Seminare, Diskussionen und Ausstellungen veranstaltet als tatsächlich gebaut. Das interessante Thema heisst heute nach wie vor: Wie kann ich die Kreativität anregen? Nur veranstalten wir keine Happenings mehr, sondern entwerfen Stühle, Sessel, Tische, Regale usw. Das heisst aber nicht, dass das Thema sich geändert hat. Wir artikulieren nur anders.

Radical Design nahm kritisch Stellung zur Konsumgesellschaft und zur Industrie. Wie stehen Sie heute zum «consumerism»?
Ich glaube an den Consumerism, weil ich keine Alternative sehe. Die einzige Möglichkeit, mit dem Consumerism leben, besteht darin, seine positiven Werte zu erkennen und zu stärken. Darüber hinaus kann Consumerism eine Form der Kommunikation sein. Es geht ja nicht nur um Waren, sondern auch um kulturelle Werte. Wir verfügen auch über keine Alternative zur Industrie. Das Leben als Kunsthandwerker auf dem Land ist vorbei. Die Kunsthandwerker von heute sind die Industrie-Designer. In der Vermittlung von Werten in den komplizierten Windungen der Industrie spielen sie eine wichtige Rolle.

Dann glauben Sie, dass es die Aufgabe des Designers ist, das intellektuelle und moralische Niveau der Industrie zu heben?
Nein, ich jedenfalls kann das nicht leisten. Aber ich stelle fest, dass Design mehr und mehr das Thema ist, um das sich alle Marketingleute, Ingenieure und Planer einer Firma scharen. Die Gestalt und die Bedeutung stiften Kommunikation. So werden Besprechnungen über Produkte immer mehr Besprechnungen über die Firma.

Welches waren Ihre Lieblingsprojekte der letzten Jahre ?
Das war sicher die Vorstellung vom Haus oder davon, was das Haus darstellt und wie die Möbel in dem Haus beschaffen sein sollten; also ganz schlicht ein Haus, das dieser Zivilisation entspricht. Das Environment eines Wohnzimmers etwa verändert sich laufend. Man sieht jedem Environment an, ob es jetzt, vor acht oder vier Jahren entworfen worden ist. An diesem Wandel beteiligt zu sein, ist mein wichtigstes Projekt.

Und wie sieht es denn aus, dieses Haus?
Einfach eine eklektische Ansammlung von Gegenständen, ausgewählt mit Bezug auf die Persönlichkeit der Bewohner des Environments.

Und was werden die wichtigsten Leitlinien der Zukunft sein?
Alles bewegt sich Richtung Osten. Das Zentrum der Zukunft liegt in China und Japan. Schliesslich leben dort schon heute zwei Drittel der Menschheit. Aber vielleicht ist das ganz gut für uns. In jedem Fall sind wir heute schon, was die Griechen zur Zeit des Römischen Reichs waren.