

Fachhochschule Aargau
Departement Gestaltung und Kunst
Modul Hausarbeit: Dr. Bernard Fassbind

Der Stuhl als Leinwand für den Designer

Sitzmöbel ohne Anspruch auf Funktionalität



Michael Schärli
Industrial Design
00-121-400
2. Semester
Junkerngasse 14
3011 Bern

Abgabetermin: 5.9.03

Abstract

Die heute selbstverständliche Haltung <everything goes> musste sich das Design hart erarbeiten, besonders von Seiten der traditionellen Designtheorie her wurden gerne alle Entwurfsansätze, die über rein funktionalistische Überlegungen hinausgingen, als <freie Kunst> abgetan.

<Pratone>, <Consumer's rest> und auch <W.W.Stool> sind Objekte zwischen Kunst und Design. Was aber heisst das?

Die drei Sitzmöbel eignen sich nur sehr bedingt fürs Sitzen. Welche Absichten haben sie dann?

Diese Stühle sind mehr als Sitzmaschinen. Sie sind Kommunikationsmittel, Symbol und Ikone. Betrachtet man die Stühle über die formalästhetischen Funktionen hinaus, werden die semantischen Qualitäten ersichtlich.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	2
Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	4
1 Einleitung	5
1.1 Sitzen – Sitzmöbel.....	5
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	6
1.2.1 Hauptfragestellung.....	7
2 Der Stuhl als Leinwand für den Designer	7
2.1 Der Stuhl als Gegenstand in der Kunst.....	7
2.2 Das Möbel als Kunstobjekt.....	8
2.2.1 Grenzen zwischen angewandter und freier Kunst.....	9
2.2.2 Erkenntnisse und Fragestellungen explizieren....	9
2.3 Pratone.....	10
2.3.1 Italienisches Design der 70er Jahre	10
2.3.1.1 Gruppo Strum	11
2.3.2 Produktsprachliche Funktionen	11
2.3.2.1 Syntaktik.....	11
2.3.2.2 Pragmatik	12
2.3.2.3 Semantik.....	12
2.3.2.4 Bezüge zur Kunst.....	13
2.4 Consumer's rest.....	13
2.4.1 Neues Deutsches Design der 80er Jahre	13
2.4.1.1 Stiletto	15
2.4.2 Produktsprachliche Funktionen	15
2.4.2.1 Syntaktik.....	15
2.4.2.2 Pragmatik	16
2.4.2.3 Semantik.....	16
2.4.2.4 Bezüge zur Kunst.....	17
2.5 W.W. Stool	18
2.5.1 Nach Memphis.....	18
2.5.1.1 Philipp Starck	19
2.5.2 Produktsprachliche Funktionen	19
2.5.2.1 Syntaktik.....	19
2.5.2.2 Pragmatik	19
2.5.2.3 Semantik.....	20
2.5.2.4 Bezüge zur Kunst.....	20
3 Fazit	22
4 Anhang	24
4.1 Abbildungsnachweise.....	24
4.2 Bibliographie.....	24

Vorwort

Als Industrial Design Student an der Fachhochschule Aargau, wo die Interdisziplinarität zwischen Industrial Design und Medienkunst gross geschrieben wird, interessiert mich der Grenzbereich zwischen Kunst und Design.

Bei den ausgewählten Möbeln handelt es sich um Objekte aus diesem Grenzbereich, wobei alle über das Prototypstadium herausgekommen sind und in (Klein-)Serie produziert wurden. Das Serielle interessiert mich mehr als das Unikat.

Der Stuhl, der keinen Anspruch auf Funktionalität hat, fasziniert mich. Was will er dann, wenn nicht Sitzkomfort bieten?

1 Einleitung

1.1 Sitzen – Sitzmöbel

Wir haben uns zu einer sitzenden Gesellschaft entwickelt, die für unterschiedliche Bedürfnisse und Tätigkeiten verschiedenste Sitzgeräte benötigt. Das Entwerfen von Sitzmöbeln ist eine wichtige Aufgabe für DesignerInnen. Dabei spielt die Ergonomie oft die zentrale Rolle beim Gestalten, bequemes und gesundes Sitzen sind normiert.¹

Im Verlauf der Designgeschichte hat sich die Bedeutung des Designs im Zusammenhang mit den Sitzmöbeln erweitert. Versteht man Design als <Disziplin zwischen Kunst und Technik>, wie Thomas Hauffe (sitzen, 1997) schreibt, so wird klar, dass beim Design nicht allein Zweckmässigkeit und die Bedürfnisse der Benutzer von zentraler Bedeutung sind. Die Beliebtheit von offensichtlich unbequemen Stühlen zeigt, dass sich Käufer nicht nur von der Vernunft leiten lassen, sondern auch ganz andere Qualitäten im Design-Produkt werten.²

«Dass Stühle, Sessel und Sofas mehr sind als blosser Sitzmaschinen und dass das Sitzen weitaus mehr bedeutet als sein rückwärtiges Körperteil auf die unterschiedlichsten Weisen physisch zwischenzulagern, spricht aus den vielfältigen symbolischen Bedeutungen nicht nur des Sitzens, sondern auch der Sitzmöbel».³ Es ist ein grosser Unterschied, ob man auf dem Thron oder dem elektrischen Stuhl sitzt, und bestimmt sitzt auch niemand gerne auf der Ersatzbank. Ausserdem ist es ein grosser Unterschied, ob man die Schulbank drückt oder einen Lehrstuhl hat. Hier wird klar: Sitzen hat auch mit Macht und Autorität zu tun. Sitzmöbel sind über ihre Gestaltung und die Art und Weise, wie sie benutzt werden, ein Mittel der Kommunikation. Sitzen meine Gäste auf umgedrehten Bierkisten oder auf einem Stuhl von Philipp Starck? Oder biete ich ihnen einen Ikea-Klappstuhl an? Seit den siebziger Jahren werden Wohnungen immer mehr ästhetisiert, <Schöner Wohnen> ist in, dabei spielen die

¹ Was aber ist Bequemlichkeit? Geht man davon aus, dass damit die grösstmögliche Entspannung der grössten Zahl der Muskeln gemeint ist, so bleibt das alles sehr relativ. Nicht für alle Menschen ist die gleiche Position gleich entspannend. Auch lässt sich die Vielfalt menschlicher Anatomie nicht auf einen einzigen gemeinsamen Nenner reduzieren. Der Designer aber kann den Gebrauchsgegenstand nicht dem Individuum anpassen, er muss immer den Durchschnitt versorgen. Dazu schreibt Joseph Rykwert in seinem Text <Was heisst sitzen?> (z.B. Stühle. 1985, S. 38): «Die ganze Ergonomie kann nur den Handlungsspielraum für den Designer eingrenzen, eine rationale Behandlung seines spezifischen formalen Vorgehens aber unterbleibt.»

² Joseph Rykwert (z.B. Stühle. 1985, S. 36 -41) beschreibt den Erfolg des <Hardy Stuhls>, der für ihn offensichtlich unbequem ist. Er glaubt, dass der Stuhl dank seiner symbolischen Wirkung (und nicht auf Grund von funktionalen oder rationalen Überlegungen) so grossen Erfolg – besonders bei einem intellektuellen Publikum – hatte.

³ Hauffe, Thomas: sitzen. 1997, S. 152

Sitzmöbel bei der Inszenierung der eigenen vier Wände ein zentrale Rolle. Vielleicht auch weil es das einzige Möbelstück ist, auf dem man sich selber wirkungsvoll inszenieren kann. Beispiele dazu liefert uns z.B. Philipp Starck zur Genüge (wobei hier angemerkt sein muss, dass er sich auch mit einer Zitruspresse oder mit einer Lampe ins Zentrum rücken kann – aber dazu später mehr).

Die Bedeutung des Sitzobjekts wird ersichtlich, betrachtet man die unzähligen Sitzmöbel, die im Verlauf der Designgeschichte entworfen wurden und heute noch werden. Es sind Zeichen der Kulturgeschichte. Diese Zeichen werden verständlich, wenn man das Objekt über die Funktionalität hinaus auf der produktsprachlichen Ebene betrachtet. Stühle sind technisch minder komplexe Objekte mit grösstmöglicher Gestaltungsfreiheit und Bedeutungsträger für Emotionen. Somit steht das Sitzmöbel in einem viel engeren Verhältnis zum Designer wie auch zum Benutzer als andere Objekte. Dies ermöglicht dem Stuhl die Rolle der Ikone, gibt ihm Manifestcharakter und macht ihn gar zur eigenständigen Persönlichkeit.⁴

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Stühle sind die bekanntesten Objekte des Avantgarde-Designs, nicht primär als Sitzgerät, sondern als Manifest in Objektform entworfen. In meiner Arbeit geht es um Stühle⁵ im Grenzbereich von Kunst und Design. Es geht nicht um den Stuhl als Gegenstand in der Kunst (vgl. 2.1), sondern um Stühle aus der Disziplin Design, die die Grenzen zwischen Kunst und Design überschreiten. Alle drei Stühle sind von Gestaltern⁶ entworfen und zumindest als Kleinserie produziert und vertrieben worden oder im Falle von Stracks <W.W.Stool> immer noch in Produktion sind. Bei der Betrachtung der Stühle geht es nicht in erster Linie um formalästhetische Funktionen, sondern viel mehr um die zeichenhaften Aspekte. Etwas salopp formuliert könnte die Frage lauten: Was will uns dieses Objekt mitteilen? Da die Beantwortung nur im Kontext mit dem jeweiligen Zeitgeist möglich ist, versuche ich jeweils am Kapitelanfang in einem knappen Überblick die wichtigsten

⁴ Hauffe, Thomas: sitzen. 1997, S. 154

⁵ Aus dem Deutschen Wörterbuch von Jakob und Wilhelm Grimm: Stuhl 3a) Bezeichnung des gewöhnlichen Sitzgerätes [...] meist aus Holz mit vier Füßen zum Sitzen für eine Person teils mit, teils ohne Rück- und Seitenlehne [...]. Der Einfachheit halber, verwende ich den Begriff Stuhl auch für die Sitzobjekte <Pratone>, <Consumer's rest> und <W.W. Stool>.

⁶ Ich brauche das Wort Gestalter als möglichst neutralen Ausdruck für die Berufsbezeichnung von Kreativen, die sich nicht explizit <Künstler> nennen. Die Gruppo Strum war ein Team von Architekten und Technikern, Stiletto (Frank Schreiner) bezeichnet sich als Designpraktiker und Philipp Starck unter anderem als Autodidakt...

Tendenzen zu erläutern. Auch will ich versuchen die Objekte als Teil des gesamten Werks der Gestalter einzuordnen. Das Aufzeigen von Parallelen und Bezügen zur freien Kunst soll die Betrachtung der Objekte ergänzen.

1.2.1 Hauptfragestellung

Sind die ausgewählten Sitzobjekte Designobjekte und / oder Kunstobjekte?

Sitzmöglichkeiten zwischen Kunstwerk und Designobjekt unter den Gesichtspunkten der Syntaktik, Pragmatik und Semantik analysieren und vergleichen.

Gibt es Parallelen zur freien Kunst?

2 Der Stuhl als Leinwand für den Designer

«Für mich sind Stühle wie für den Maler Leinwände. Ich kann durch sie etwas ausdrücken.» Gaetano Pesce⁷

2.1 Der Stuhl als Gegenstand in der Kunst

Wie in 1.2 erwähnt, geht es nicht um den Stuhl als Gegenstand in der Kunst. Es käme wohl niemandem in den Sinn, den <Fettstuhl> von Joseph Beuys oder den <Nagelstuhl> von Günther Ueckers nach funktionalen Aspekten zu beurteilen und sicher möchte sich auch niemand darauf setzen. Diese Kunstobjekte haben eine ästhetische Wirkung und niemand erwartet von einem Kunstwerk einen praktischen Nutzen. Da in der formalen Gestaltung der Stühle viel Spielraum vorhanden ist, kann eine Wechselbeziehung zwischen Kunst und Design stattfinden. Dass die Grenze fließend ist, zeigt z.B. das Stuhl-Objekt <Mae West's Lips Sofa> (1936) von Salvador Dalí, das auch von einem Designer entworfen sein könnte. Das vom Studio 65 entworfene <Bocca> Sofa erinnert sehr stark an das berühmte Kunstwerk. Es wurde in der gleichen Serie wie Pratone von Gufram produziert. Auch der berühmten Sitzsack <Sacco> könnte als <Antwort vom Design> auf die <Soft Toilet> von Claes Oldenburg (Kunst) interpretiert werden (vgl. 2.3.2.4). Sicher ist die <Abhängigkeit> der Designer von den Künstlern größer als umgekehrt. Die Arbeiten eines

⁷ von Perfall, Manuela: Italienisches Design, 2000. S. 175

Künstlers müssen nicht zweckgebunden sein (natürlich wird damit nicht ausgeschlossen, dass sie es sein können). Der Künstler hat zudem die Freiheit alleine an seinen Objekt zu arbeiten, während der Designer in einem Team eingebunden ist und es viel länger dauert, bis das Produkt auf dem Markt ist. Die Kunst-Stuhl-Objekte ihrerseits profitieren von der Popularität der <Designerstühle> und der Bedeutung <Stuhl = Sitzen>, und was dahinter steckt, hab ich in der Einleitung aufgeführt. Die für diese Arbeit ausgewählten Stühle gehören also nicht zu den zweckfreien Skulpturen, sondern zu den zweckgebundenen Sitzmöbeln, zumindest erfüllen sie diesen Anspruch.

2.2 Das Möbel als Kunstobjekt

Sind Möbel Kunstobjekte? Ist Design Kunst? Was also ist Design, was ist Kunst? An den Anfang dieser (schwierigen) Fragen stelle ich verschiedene Zitate:

Ist Design Kunst? Otl Aichers Fazit dazu: «Kunst produziert Einzelstücke und schafft damit eine rasche Wertsteigerung auch bei geringer Zunahme des Interesses. Deshalb steckt eine Gesellschaft, die ihr Geld in Kunst anlegen will, auch jeden ins Gefängnis, der das Original verdoppelt. Er ist ein Fälscher, während umgekehrt der Designer, der nur ein Einzelstück herstellt, kein Designer ist.»⁸

«Während der Designer Auflagen bezüglich Funktion und Material hat, ist der Künstler an keinerlei Vorgaben gebunden, seine Arbeiten können (und sollen) ebenso irritieren, wie provozieren, zum Reflektieren über unsere Alltagsgegenstände anregen, und im Gegensatz zum Design – hier ist die massenhafte Verbreitung sogar wünschenswert – beansprucht das Kunstwerk den Rang des Unikats, die Aura des Einmaligen.» aus der *Süddeutschen Zeitung*

«Wann aber wird ein Möbel zum Kunstwerk? Die Aura des Einmaligen, des Unikats, reicht dazu nicht aus. Spätestens seit Andy Warhol gelten Kunst und Massenaufgabe nicht mehr als unvereinbar. Auch das Argument, es handle sich bei Möbel um Gebrauchsgegenstände, ermöglicht keine sinnvolle Abgrenzung. Wie viele Kunstwerke offenbaren ihren Charakter erst dadurch, dass man sie benutzt, sie betritt, sich in sie einhüllt, sie betastet und sie verändert. Kunst wird immer dann möglich, wenn der künstlerische Eingriff das Möbel in einen Kommentar über unsere Lebensgewohnheiten, unsere Wahrnehmungsweisen oder sozialen Bedingungen verwandelt oder durch die Verwendung ungewohnter Materialien unsere Erwartungen

⁸ Albus, Volker und Borngreber, Christian: Design Bilanz, 1992. S. 32

erschüttert. Aber ein nur schönes und nicht über seine Funktion hinausweisendes Möbel wird kaum den Rang eines Kunstwerks beanspruchen können.» Katharina Hegewich in der *FAZ*⁹

Reicht es, wenn beim Möbelentwurf künstlerische Prinzipien angewendet werden, damit aus dem Möbel ein Kunstobjekt entsteht, so wie in den beiden Zeitungszitaten behauptet wird?

So einfach ist es nicht, finden Volker Albus und Christian Borngräber in der *Design Bilanz*. Auch die Anwendung Duchampscher Ready-made-Prinzipien mache noch lange kein Kunstwerk aus einem Stuhl. Vielmehr werden der gestalterische Ansatz und der Designbegriff erweitert. Dies sei zwar für die anonyme Masse unbedeutend, für einen kleinen Teil des Publikums aber ermögliche dieses die gewünschte Identifikation. Und darum gehe es, denn die Masse der Verbraucher wäre sowieso nie das Ziel des Neuen Designs gewesen.

2.2.1 Grenzen zwischen angewandter und freier Kunst

In den siebziger Jahren waren die Grenzen zwischen den einzelnen Disziplinen – Kunst, Architektur, Produktgestaltung – noch streng gezogen. Auch die traditionell ausgerichtete Designtheorie der achtziger Jahre versuchte, sich alle über rein funktionalistische Überlegungen hinausgehenden Entwurfsansätze als <freie Kunst> vom Halse zu halten.¹⁰ Die Gruppe Memphis führte ein neues Verständnis fürs Design ein und regt viele Entwicklungen im Neuen Design an (vgl. 2.4.1).

Ist Design Kunst? Sind Designobjekte Kunstwerke? Für mich sind diese Fragen nicht abschliessend zu beantworten und auch nicht von zentralem Interesse für die Arbeit. Dazu Stefan Wewerka, 1984: «Die Spaltung der Kunst in <freie> und <angewandte> ist wichtigsterische Überspitzung einer individuellen Bewertung.»

2.2.2 Erkenntnisse und Fragestellungen explizieren

Viel mehr interessiert mich: Was will ein Sitzobjekt, das nicht zum Sitzen da ist? Wie wirkt das Objekt? Was will es aussagen? Wofür steht es? Gibt es konkrete Parallelen zur Kunst?

⁹ Sowohl das Zitat aus der *FAZ* wie auch dasjenige aus der *Süddeutschen Zeitung* werden im Buch von Albus, Volker und Borngräber, Christian: *Design Bilanz*, 1992. S. 74 erwähnt. Die Originalquelle konnte ich nicht ausfindig machen.

¹⁰ Albus, Volker und Borngräber, Christian: *Design Bilanz*, 1992. S. 20, 74

Bei der Interpretation der Objekte halte ich mich an die Begriffe, wie sie an der Hochschule für Gestaltung Offenbach in der <Theorie der Produktsprache> angewendet werden.¹¹

2.3 Pratone

2.3.1 Italienisches Design der 70er Jahre



Die kühnsten Entwürfe innerhalb des Gewohnten aber auch Visionäres kam Ende der sechziger, anfangs siebziger Jahre vor allem aus Italien und Skandinavien. Flower Power, politischer Protest gegen den Krieg, Rebellion und verstockte Gesellschaftsstrukturen (um nur einige politische und kulturelle Hintergründe, vor denen sich das Design wandelte, zu nennen) brachten eine antiautoritäre Haltung, ermutigten den neuartigen Entwurf und forderten oft auch gleich den Gegenentwurf heraus. Die neue Formensprache beeinflusste

zusammen mit der Pop-Art zuerst das Grafikdesign, dann die Mode und schliesslich auch das Möbeldesign. Diese <neue häusliche Landschaft>, die entstand, wurde 1972 im Museum of Modern Art in New York in der gleichnamigen Ausstellung dokumentiert. Gezeigt wurden unter anderem Radical Design und Pop-Art Produkte und avantgardistische Wohnvorschläge von jungen Designern und Architekten.

Bezeichnend für die Entwicklung in den siebziger Jahren war die Ausbildung zweier Richtungen: Einerseits fand eine Spezialisierung und Verfeinerung der Methoden statt, andererseits entstanden utopische, poetische Gegenentwürfe. Als Beispiel sei hier Sottsass erwähnt, der in experimentellen Arbeiten alternative Designprozesse überdachte,

¹¹ Dabei stütze ich mich auf den Artikel <Zur Theorie der Produktsprache – Perspektiven der hermeneutischen Interpretation von Designobjekten> von Dagmar Steffen ab, erschienen in: formdiskurs, Nr.3, II/1997, S. 16 –27.

Die Produktsprache wird in formalästhetische Funktionen (Syntaktik), das sind all diejenigen Aspekte, die unabhängig von ihrer inhaltlichen Bedeutung betrachtet werden können, sowie in zeichenhafte (bedeutungstragende) Funktionen gegliedert. Diese werden unterteilt in Anzeichenfunktionen (Pragmatik) und Symbolfunktionen (Semantik).

Bei der produktsprachlichen Analyse unter den Dimensionen der Syntaktik, Pragmatik und Semantik muss ich leider von Abbildungen (aus dem Katalog <100 Masterpieces>, Vitra Design Museum) ausgehen, da die Sitzobjekte nicht in erreichbarer Nähe zu finden sind. Alle verwendeten Massangaben sind auch aus diesem Katalog.

gleichzeitig aber weiterhin als treuer Berater mit Olivetti verbunden blieb. Viele Gestalter beherrschten diesen Rollentausch und entfalteten sich in beide Richtungen.

Zusammengefasst kann man sagen, dass «die mönchisch strenge Parole <form follows function> von der dissonanten Losung <Everything goes> überstimmt wird.»¹² Im überall präsenten Re-design entstanden Prototypen, Unikate und limitierte Auflagen, die nicht den Massenmarkt anpeilten. Die Produkte konnten rasch in kleinen Handwerksbetrieben hergestellt werden und waren dadurch von den Zwängen der Industrieproduktion befreit. Durch diese Produktionsart wurde das Angebot verknappt und die Objekte in den Rang von experimentell geprägten Kunstwerken erhoben – zumal sie nur noch wenig Rücksicht auf Funktionalität und Bequemlichkeit nahmen.¹³

2.3.1.1 Gruppo Strum

Die Mitglieder Giorgio Ceretti, Pietro Derossi und Ricardo Rosso der Gruppe <Strum> gewannen 1970 den ersten Preis beim internationalen Wettbewerb <Sintesis Idee> für ihr Sitzobjekt <Pratone>.¹⁴ Das von der Möbelfirma Gufram in einer Auflage von 200 Stück produzierte Möbel gehört zu der <Multipli> Serie. In dieser Serie wurden aussergewöhnliche, skandalöse Einrichtungsvorschläge in stark limitierter Auflage hergestellt, und alle Objekte wurden zu Ikonen des Pop-Designs. <Pratone> ist ein Kunstrasen aus Kaltpolyurethanschaum mit fast einem Meter hohen <Grashalmen>, in dem man alleine oder zu mehreren sich ausstrecken kann.

2.3.2 Produktsprachliche Funktionen

2.3.2.1 Syntaktik

Pratone (dt. Rasen, Wiese) besteht aus einer quadratischen Fläche mit der Seitenlänge 140 cm. Auf der Grundplatte sind 42 Grashalme (6 x 7) angebracht, die 95 cm in die Höhe ragen. Ob das Sitzobjekt aus einem Stück ist, oder ob es additiv zusammengesetzt wurde, kann ich nicht mit Sicherheit sagen. Der Stuhl erzeugt Aufmerksamkeit, indem er als vergrösserte, stilisierte und ausladende Rasenfläche die Neugier

¹² von Perfall, Manuela: Italienisches Design, 2000. S. 158

¹³ Als Beispiel sei hier der <Zickzackstuhl> von Riedveld von 1934 erwähnt. Er wird von Mendini re-designed. Durch Umformung zum Holzkreuz, wird der Stuhl ironisiert. Im Gegensatz dazu bleibt das Industriedesign unberührt von der artifiziellen(?) Suche nach der Formsensation à la Alchimia. Rational, knapp und dienlich bleibt es sich selbst treu.

¹⁴ Aus der Jurybegründung: «durch seine aussergewöhnliche figurative Expressivität, die intelligente Anwendung des Materials, die Beachtung von elementaren Formen und Symbolik»...

von Perfall, Manuela: Italienisches Design, 2000. S. 181

des Betrachters weckt. Der bisherige Begriff des Sitzmöbels wird radikal in Frage gestellt. <Pratone> wurde aus kaltgeschäumtem Polyurethan¹⁵ produziert und grün lackiert. Ein grosser <Pratone> Schriftzug ist auf einer Seite der Grundfläche eingepreßt. Zwei sich gegenüberliegende Seiten haben wellenförmige Einbuchtungen, damit mehrere Möbelstücke miteinander verbunden werden können.

2.3.2.2 Pragmatik

Der Nutzen von diesem Objekt ist nicht klar ersichtlich. Er kann nur erahnt werden. Der Name <Pratone> weist darauf hin, dass es sich um eine Wiese handelt. Hat sich die Betrachterin entschieden (oder überwunden) darauf Platz zu nehmen, muss sie sich die Sitzfläche erst erschaffen. Dabei muss in die skulpturale, abweisende Erscheinung eingegriffen werden. Von Anfang an ist klar, dass man auf <Pratone> keine gewohnte Sitzhaltung einnehmen kann. Wie viel die Grashalme nachgeben und welche Sitz-, oder Liegepositionen sie einem ermöglichen, muss selber ausprobiert und erfahren werden. Dass <Pratone> ein bequemes <Sitzen> ermöglicht, scheint beim Betrachten eher unwahrscheinlich. Passives Sitzen ist mit Sicherheit unmöglich – der Konsumhaltung werden sinnliche und archaische Momente entgegengesetzt.

2.3.2.3 Semantik

<Pratone> behauptet eine grüne Wiese zu sein. In der übersättigten Konsumgesellschaft Ende der sechziger Jahre wird durch die Hippies die Sehnsucht nach der Natur verbreitet. <Pratone> nimmt direkt Bezug auf diese Natursehnsucht. Mit dem Möbel kommt die Naturlandschaft von aussen als gezähmte Spielwiese nach innen. <Pratone> dringt als expressives, aufgeblasenes, künstliches Stück Natur in die Wohnstube ein. Die grüne Wiese macht neugierig und weckt Widersprüche in uns. Die Sehnsucht nach der Natur wird von diesem künstlichen, grünen Schaumstoff jedoch ad absurdum geführt. Beschwört <Pratone> <das Sitzen auf der Wiese> als verlorene Idylle der Konsumgesellschaft? Oder wird die Natursehnsucht als zeitgemässe Utopie ironisiert? Diese Fragen bleiben offen.

¹⁵ Dieser Schaumstoff war Ende der sechziger Jahre ein neues, sensationelles Material fürs Möbeldesign. Bei <Pratone> wurden Wirkung und Merkmale von diesem Material sehr bewusst eingesetzt. Da der Werkstoff mit der Zeit spröde wird und zerkrümelt, sind die heute noch erhaltenen Objekte kaum zu benutzen. Dieser Zersetzungsprozess kann nicht ganz aufgehalten werden, deshalb ist es Aufgabe der RestauratorInnen, den Prozess zu verlangsamen und damit das Objekt länger zu erhalten.

2.3.2.4 Bezüge zur Kunst

Durch das Zusammenführen von einzelnen Pratone-Elementen lässt sich die Spielwiese beliebig vergrößern. Diese Tatsache entspricht der Idee der Kommune und des Happenings. Diese forderten nämlich eine lebendige Kunst unter Einbezug des Publikums. Sowohl die Aktionskunst wie auch die Pop-Art hatten die gemeinsame Idee, Kunst und Leben zusammenzuführen. Dabei wurden in der Regel Tabus gebrochen.

Dies tat auch Claes Oldenburg mit seinem Objekt <Soft Toilet>, von 1966 (*Abbildung rechts*). Die Toilette als alltäglicher Gegenstand fällt in sich zusammen und nimmt eine weiche, begehrte Oberfläche an. Das Objekt weckt Assoziationen an die surrealen Welten von Salvador Dalí. Die <Soft Toilet> bringt das Surreale in den Alltag, macht es sogar fassbar. Die Objekte von Oldenburg sind absolut funktionslos. «Dies zeigt, dass das, was wir an den Waren begehren, nicht ihr Gebrauch ist, sondern die Lust, die ihren Besitz suggeriert.»¹⁶



Oftmals geht es auch nur ums Besitzen eines bestimmten Objekts als Statussymbol. Genau dies passierte auch mit dem Pratone-Objekt. Glücklich schätzt sich, wer ein solches Sitzmöbel in seiner Sammlung (= Besitz) hat. Dort wird es vor dem Zerfall bewahrt und von Zeit zu Zeit stolz dem interessierten Publikum gezeigt. Darauf sitzen verboten! Hier wird der Stuhl, entworfen als Sitzlandschaft, von seinem ursprünglichen Nutzen enthoben, und aus ihm ein Kunstwerk oder zumindest ein Kultobjekt mit dem Status eines Kunstwerkes gemacht, das man nur aus der Distanz betrachten und bestaunen darf.

2.4 Consumer's rest

2.4.1 Neues Deutsches Design der 80er Jahre

Die Gedankenexperimente und die Umgestaltung von Möbelklassikern durch die Mitglieder von Alchimia bereiteten den Weg fürs <Neue deutsche Design>. Der starre Fokus auf die Form wurde abgelöst, die Oberfläche der Produkte rückte ins Blickfeld. Diese mit Fähnchen und Farben, Texturen und Applikationen umgestalteten Produkte fanden nie den Weg ins Möbelgeschäft – und wollten das auch nicht. Verkauft

¹⁶ Büsser, Martin: Pop-Art, 01, S. 43



wurden weiterhin elegante Produkte mit dem Qualitätssiegel «Made in Italy» oder «Made in Denmark» und Ikea war kommerziell erfolgreich mit ihren preiswerten, klar gestalteten Möbeln. Der Einzug der Postmoderne revolutionierte das Möbeldesign, das nun auch von den Medien wahrgenommen wurde. Die achtziger Jahre gehörten den extrovertierten Selbstdarstellern wie Philipp Starck, Madonna oder Lagerfeld. Auch das «Neue Design» wollte sich nicht mehr im Hintergrund aufhalten.¹⁷ Die Bahn wurde frei für Produkte zwischen Kunst und Design, entfernt vom Anspruch auf Funktionalität, zugunsten von Faktoren

wie Spass und Ironie. Die Möbel begannen zu sprechen...

Anfangs der Achtziger fanden in Deutschland unkoordinierte Einzelaktivitäten zum Neuen Design statt, ohne dass die Designer und / oder Künstler voneinander wussten. Im Gegensatz zu den siebziger Jahren wurden keine theoretischen Äusserungen mehr formuliert. Die Möbel wurden als Manifest direkt in die Galerien, Museen und in die Medienlandschaft gestellt. So wurden sie von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen und diskutiert.

Erfolge mit ihren Möbeln aber konnten nur wenige Gestalter verbuchen. Sie mussten ihre Kreationen im Eigenvertrieb an die Interessenten bringen.¹⁸

¹⁷ Sottsass trennt sich von Alchimia, um mit der Gruppe Memphis das Label für kühnes und munteres Design zu gründen. Er meinte es ernst mit den bunten oft an Spielzeuge erinnernden Möbel: «...Für mich ist Design eine Art und Weise, das Leben zu diskutieren, soziale Beziehungen, die Politik, das Essen und sogar das Design selbst ... Ich bin immer beleidigt, wenn andere meinen, ich spielte bei der Memphis-Arbeit herum ... Neues Design ist kein Spiel.» von Perfall, Manuela: Italienisches Design, 2000. S. 165

¹⁸ Der Ausstieg in die künstlerische Entwurfspraxis war für viele Jung-DesignerInnen oft der einzige Weg um als DesignerIn zu arbeiten. Im Gegensatz zu den «professionellen» DesignerInnen, die Serienprodukte entworfen haben, konnten die Jung-DesignerInnen in ihren Hinterhof-Ateliers viel experimenteller arbeiten. So entstanden viele handgefertigte Unikate mit hoher semantischer Faszination. Diese Entwürfe konnten als Antwort auf die kulturelle Situation gelesen werden. So intellektualisiert oder sensibel hätte im «gewöhnlichen Design» nie entworfen werden können.

2.4.1.1 Stiletto

Frank Schreiner, besser unter dem Pseudonym <Stiletto> oder <Stiletto Studios> bekannt, formte 1983 aus einem Einkaufswagen eine «funktionstüchtige Designersessel-Simulation und – Persiflage» wie er seinen Sessel <Consumer's rest> selber bezeichnet. Mit diesem Eingriff schaffte Stiletto einen Sessel zwischen Ironie und <Bierernst>, der die grundlegenden Anforderungen eines Sitzmöbels erfüllt. Stiletto selber bezeichnet sich als Designpraktiker und beschäftigt sich unter anderem auch mit experimenteller Grafik und Kunst. Er selber sagt von seinen Möbeln: «Sie sollen klar sein im Aufbau, industriell reell, funktionsgerecht Längemalbreitemalwirbelsäule, stabil und solide, serienproduziert. Diese Bedingungen lassen sich für mich am einfachsten erfüllen, wenn ich als Ausgangsmaterial Behälter aus dem alltäglichen Konsumgüterkreislauf benutze... Redesign hat hier weniger mit Recycling, mehr mit Rebehrthing zu tun. Die Gestaltung ist Seele und Charakter, kein <Verpackungsdesign> ». <Consumer's rest> wird ab 1983 zuerst aus unterschiedlichen Einkaufswagen typen von Hand hergestellt, später werden limitierte Serien produziert. «Durch die Verwandtschaft von <Consumer's rest> mit den genial, dilettantisch gebastelten Ersatzmöbeln der autonomen Punks , wird der Stuhl gerne als <Anti-Ikon> einer scheinindividuellen Massenkonsumgesellschaft rezipiert.» (<http://www.stiletto.de/stiletto.html>)

2.4.2 Produktsprachliche Funktionen

2.4.2.1 Syntaktik

Consumer's rest wurde aus einem industriell hergestellten, bestehenden Einkaufswagen umgeformt. Die Räder und die Griffstange wurden entfernt, übrig bleibt die bloße Stahlkonstruktion. Diese besteht aus dem Einkaufskorb, am hinteren Ende sind zwei Beine befestigt, die mit der Standfläche verschweisst sind. Die Vorderseite des Korbes wurde nach unten gebogen, die rechte und linke Seite im oberen Drittel als Armlehne nach aussen gedrückt. Die Rückseite dient unverändert als Rückenlehne mit der Gesamthöhe 94 cm. Die Sitzhöhe beträgt 45 cm, die Breite 73,5 cm und die Tiefe 76 cm.

Der Stuhl ist zweifarbig lackiert. Von vorne betrachtet ist die linke Hälfte grau und die rechte Hälfte schwarz.

Für etwas (mehr) Komfort gibt es eine transparente Kunststoffeinlage aus industriell genutzter Weichfolie, wie sie z.B. bei Lagerhallentüren verwendet wird. Diese Einlage verdeutlicht, dass es sich bei diesem Objekt um ein Sitzmöbel handelt.

2.4.2.2 Pragmatik

Sitze ich im Einkaufskorb oder im Designersessel? Diese Frage und die damit verbundene Verwirrung stehen bei diesem Objekt im Zentrum. Hier wird mit der Wahrnehmung des Betrachters und der Benutzerin gespielt. Ein alltäglicher, massenhaft produzierter Gegenstand wird umgedeutet und erhält eine neue Funktion. Hier geht es nicht um die Optimierung eines bestehenden Produkts, sondern um die Neuinterpretierung von Vorhandenem und Bewährtem. Der eigentliche Nutzen und Zweck des Einkaufswagens wird aufgelöst zugunsten eines elitären, entindustrialisierten Designobjekts.

Das kalte Stahlgestell wirkt nicht sehr einladend. Durch sein witterungsbeständiges Material wäre <Consumer's rest> auch oder vor allem für den Aussenbereich geeignet. Durch die Umformungen verliert er seine ursprüngliche Stapelbarkeit.

Bei diesem Sitzobjekt thematisiert sich Design selbst, indem der Gestalter die Betrachterin zwingt, sich mit der Produktgegenwart (Einkaufswagen oder Sessel?) und dem Gebrauch (einkaufen oder darauf setzen?) auseinanderzusetzen.

2.4.2.3 Semantik

<Consumer's rest> (consumer = Verbraucher, Konsument / rest = 1. Ruhe, Erholung, 2. Rest, Übrige) provoziert: Soll dieser Stuhl dem Konsumenten als Erholungsmöglichkeit dienen, um sich vom Kaufrausch zu erholen (und um seine Konsumhaltung zu überdenken)? Oder ist <Consumer's rest>, das was übrig bleibt, wenn die Supermarktfrau (vgl. 2.4.2.4) ihre Einkäufe im Auto verstaut hat? Ein, durch die Überfüllung, aus allen Nähten platzender, kaputter Einkaufswagen, auf dem man bestenfalls noch sitzen kann? Der <Consumer's rest Lounge chair>, wie er mit vollem Namen heisst, zitiert einerseits den Einkaufswagen und andererseits seinen Gebrauch, beides in der Verfremdung. Durch den umgeformten Einkaufswagen ist der Supermarkt plötzlich im Wohnzimmer präsent. Das massenhaft, täglich im Supermarkt unbewusst herumgeschobene Objekt wird <salonfähig>. Gert Solle¹⁹ schreibt, dass <Consumer's rest> auch ein Symbol der gebrochenen Beziehung zur Designgeschichte sei. «Die erste industrielle Revolution erlaubte den unbegrenzten Griff auf das Naturmaterial (Thonet), die zweite brachte das Halbfertigfabrikat aufs Montageband (Breuer), die dritte machte es möglich, das Automatenprodukt handwerklich zum Künstler-Unikat²⁰ (Stiletto)

¹⁹ Solle, Gert: Geschichte des Design in Deutschland, 1994. S. 324

²⁰ Weil die Nachfrage nach dem Stuhl plötzlich so gross war, wurde er in limitierten Kleinserien produziert. Das künstlerische Einzelobjekt wird somit zurück in die Massenproduktion geführt, auf die es durch Herkunft und zeichenhaften Bezug verweist. «[...] Mindestens handelt es sich um ein Spiel mit der Wahrnehmung von Produktgegenwart und – gebrauch und mit industrieller Produkt - und Handhabungsgeschichte in einer Form von Kunst» (Gert Solle)

zurückzuentwickeln. Vor-Moderne, Moderne, Nach-Moderne sind in den drei Beispielschritten als historische Haltung gegenüber Produktion und Produkt identifizierbar.»

Aus dem für jedermann zugänglichen Gebrauchsgegenstand Einkaufswagen ist ein individuelles Statussymbol (<Consumer's rest Lounge Chair>) entstanden, das den Originalgebrauch verurteilt.

2.4.2.4 Bezüge zur Kunst

Analog zu den Ready-mades von Marcel Duchamp wird ein massenhaft produzierter Alltagsgegenstand umgedeutet.

«Ich interessiere mich für Ideen, nicht nur für visuelle Ergebnisse», sagte Marcel Duchamp. Bei ihm werden Alltagsgegenstände ver-rückt, sie werden umgewertet und vieldeutig. In dem er z.B. ein Garderobenbrett mit vier Haken auf dem Boden befestigt (Titel: Stolperfalle, 1917), oder einfach einen Flaschentrockner aufstellt und behauptet, das sei Kunst (weil er, der Künstler, sie zu Kunstwerken ernannt hat) , wird der traditionelle Kunstbegriff in Frage gestellt. Alles ist potentiell Kunst. Erst der Kontext (z.B. steht der Flaschentrockner im Restaurant oder im Museum?) und der Betrachter bestimmen, ob etwas Kunst ist. Mit den Ready-mades von Duchamp war die Philosophie in der Kunst geboren, ein Verwirrspiel um die Grenzen von Kunst und Wirklichkeit.²¹

Beim Betrachten von <Consumer's rest> kommt mir auch die Plastik <Supermarkt Shopper>, 1969, vom amerikanischen Künstler Duane Hanson in den Sinn (*Abbildung rechts*). Die superrealistische Figur ist so naturalistisch wie illusionistisch. Sie drückt Kritik an sozialen Missständen aus. Die graue Wirklichkeit der Konsumgesellschaft wird im Museum ausgestellt.

Marcel Duchamp stellt einen Flaschentrockner ins Museum, Hanson ein gefüllter Einkaufswagen und dazu eine superrealistisch nachgebaute Figur und beide Werke werden als Kunst rezipiert. Auch Stiletto könnte behaupten, sein <Consumer's rest> sei Kunst, aber er tut es nicht.



²¹ Büsser, Martin: Pop-Art, 2001, S. 13



2.5 W.W. Stool

2.5.1 Nach Memphis

Im Vorwort zum Buch <13 nach Memphis> schreibt Ettore Sottsass: «Das Schönste, was überhaupt geschehen konnte, ist, dass es <13 nach Memphis> gibt – auch wenn die 13 bei uns in Italien nicht gerade als Glückszahl gilt.» Dank der Gruppe Memphis hatte sich ein Klima etabliert, das neuen Entwurfsauffassungen und Methoden offen begegnete.²² In der Einführung zum Buch stellen die Autoren Sottsass als Vordenker dar, dessen alternativer Entwurfsansatz auf die Designszene eine ähnliche Wirkung hatte, wie Elvis Presleys Hüftbewegung auf die Gemütsverfassung der Teenager der 50 Jahre. Die von Sottsass ausgelöste Bewegung stellte den in den Köpfen verankerten Funktionalitätsanspruch des Designs grundsätzlich in Frage. Durch die von Memphis erschaffenen Freiräume wurden viele verschiedene und eigenständige Designansätze formuliert. Die unterschiedlichen Gestalter entwickelten eine persönliche Entwurfshaltung, die sich aus ihren Lebenserfahrungen und der eigenen Umfeldsituation und dem gewandelten Bezug zur Dingwelt begründete. Die unterschiedlichen Ansätze wurden erstmals 1982 in der Ausstellung <Möbel perdu – Schöneres Wohnen> präsentiert. Vier Jahre später wurde eine noch grössere Vielfalt an Ideen und Objekten in der Ausstellung <Gefühlscollagen – Wohnen von Sinnen> ausgestellt. Unter anderem wurden neue Materialien entdeckt und in den Objekten verarbeitet, einige liessen sich vom Ready-made- und

²² Dies war nicht von Anfang an so. Das deutsche Design-Establishment stand dieser Neuorientierung und Erweiterung des Designbegriffs kritisch gegenüber: 1976 wird in Berlin die Ausstellung <Kontinuität im Leben und Werk. Arbeiten 1955 – 1975 von Ettore Sottsass> gezeigt. Gisela Brackert schreibt dazu in der Fachzeitschrift <form>: «In Wahrheit jedoch geschieht hier nichts anderes, als das Handlungsanweisungen, die den Bereich der Kunst kennzeichnen, unter Ausklammerung aller Praxis-Massstäbe und ökonomischer Bedingungen auf den Bereich des Design übertragen werden. Aufgabe der Ausstellung wäre es gewesen, die Problematik dieses Verfahrens deutlich herauszuarbeiten. Indem man Sottsass als Modell eines Designers vorführt, wird der oft mühsame und wenig glanzvolle, im besten Falle redliche Kompromiss, den das Industrial Design in der Praxis darstellt, unausgesprochen, aber nachhaltig diskriminiert» Verurteilt wurde, dass es ein Designer überhaupt wagt, über neue Ansätze nachzudenken, und neue Methoden des Entwurfs ausprobiert und die Ergebnisse der Öffentlichkeit präsentiert.

Transformationsprinzip inspirieren, für wiederum andere DesignerInnen waren es konzeptionelle, symbolische oder inhaltliche Motive, die ihre Arbeiten prägten. Allen aber war der subjektive Blick auf ihre Umgebung und die Hervorhebung der ihnen als wesentlich erscheinenden Bezüge zu dieser Wohnwelt gemeinsam.

2.5.1.1 Philipp Starck

Philipp Starck, der <uomo universale> des Entwerfens oder das <enfant terrible> wie er gerne bezeichnet wird, oder einfach der <Autodidakt>, wie er sich selber nennt. Wie auch immer, Starcks vielfältigen Entwürfen begegnet man oft, und er selber hat die Popularität eines bekannten Künstlers oder eines Popstars (und dies schon bevor jeder im Fernsehen - egal ob er oder sie etwas kann - zum Superstar gemacht werden kann...). Starck hat mit seinen Objekten das Form- und Produktgefühl der Menschen in den industrialisierten Ländern verändert. Mit Aussagen wie «Ich bin Guru, Prophet, Kultfigur. Ich entwerfe Dinge um zu Menschen zu sprechen. Ich bin Medium für das, was sie denken», gelingt es Starck, sein Werk und seine Person identisch erscheinen zu lassen. Der wohl gepflegte Mythos hängt an jedem von ihm entworfenen Produkt.

1990 zeichnete Philipp Starck für den Filmregisseur Wim Wenders eine phantasievolle Büroeinrichtung. W.W.Stool, der ein Teil davon ist, wird von Vitra in unlimitierter Serie produziert und vertrieben.

2.5.2 Produktsprachliche Funktionen

2.5.2.1 Syntaktik

W.W. Stool ist ein Hocker oder eher eine Stehhilfe auf drei Beinen. Die Erscheinung steht bei dem surreal wirkenden Objekt im Vordergrund. Das biomorphe Sitzobjekt ist aus einem Aluminium-Sandguss geformt und grün-grau lackiert. Die Höhe beträgt 97 cm, die Breite 56 cm und die Tiefe 53 cm. Die Beine werden gegen unten immer schmaler. Eines der vorderen Beine ist mit einem Zacken, der wohl als Fußstütze dient, ausgestattet. Aus der kleinen Sitzfläche wächst eine Art Rückenlehne, die in einen Spitz verläuft und am Ende abgebogen ist.

2.5.2.2 Pragmatik

Das Objekt lädt nicht gerade zum Sitzen ein. Würde es in einem Museum stehen, käme es wohl keinem Besucher in den Sinn, sich darauf zu setzen (vorausgesetzt er kennt das Objekt nicht). W.W.Stool ist mehr organische Skulptur (zweckfrei), die als Hocker oder Stehhilfe genutzt werden kann, als ein auf Funktionalität bedachtes Sitzobjekt (zweckgebunden). Bei diesem Stuhl findet man keine formalen Zwänge – vielmehr erkennt man Starcks aussergewöhnliches Spiel mit der

Form. Die schmalen werdenden Beine vermitteln das Gefühl richtig im Boden verankert zu sein (im Boden zu stecken). Die biomorphe Form strahlt eine Sanftheit aus, die nach taktiler Kontaktaufnahme verlangt. W.W. Stool ist eine ästhetische Synthese aus Surrealismus und Abstraktion.

2.5.2.3 Semantik

Stool bedeutet einerseits Hocker, andererseits Wurzelschössling. Die plastische Sitz- und Lehnfläche erinnert an ein keimendes Rhizom, aus dem ein Spross sich nach oben windet. Die drei Wurzeln, die nach unten drängen, bilden die Beine, wobei die Verzweigung der vordersten Wurzel als Fusstütze dient. W.W. Stool hat keinen programmatischen Inhalt, sondern ist Skulptur und Prestigeobjekt, das wohl nur selten zum Sitzen dient.

2.5.2.4 Bezüge zur Kunst

Bei Starcks Objekt finden sich einerseits Parallelen zu den biomorphen Skulpturen von Hans Arp, die Querbezüge zum Surrealismus aufweisen, andererseits ist der Status von Philipp Starck mit dem von Andy Warhol vergleichbar.



Die Skulpturen von Hans Arp (*Abbildung rechts: Weiblicher Torso, 1953*) oder auch von Henry Moore wurden nicht konstruiert und rational gebaut, sondern gebildet, wie die Natur keimt, wächst, so wie Wind und Wetter seine Spuren hinterlässt. Arp: «Wir wollen die Natur nicht nachahmen... Wir wollen bilden, wie die Pflanze ihre Frucht bildet, und nicht abbilden».

Andy Warhol hat sein eigenes Leben zum Kunstwerk stilisiert – er ist der Inbegriff des Kunststars. Bei Warhol spielt der Mensch hinter dem Produkt keine Rolle mehr, er ist nur noch Medium, das ständig Kunst erzeugt. Die bekannten Siebdrucke entstanden in seiner Factory. Ein ganzer Mitarbeiterstab war damit beschäftigt, die anonymen, industriellen <Warhols> zu produzieren. «Alles ist schön» (Warhol). So porträtierte er in seinen Bildserien nicht nur Stars von Mick Jagger bis Franz Beckenbauer, sondern auch Autounfälle, Selbstmörder oder elektrische Stühle. Die Bilder boomten. Andy Warhol meinte dazu: «Man wird nicht glauben, wie viele Leute sich ein Bild mit dem elektrischen Stuhl ins Zimmer hängen, vor allem, wenn die Farbe des Bildes mit den Vorhängen übereinstimmt.» Hinter dem <Kunst-Roboter> blitzt immer wieder ein humorvoller Kritiker durch.²³

²³ Büsser, Martin: Pop-Art, 2001, S. 38

So wie bei Warhol sind auch beim Mythos Starck Produkte und Mensch nicht von einander zu trennen (vgl. 2.5.1.1). Beide beanspruchen für sich die Bezeichnung Medium, das ständig Kunst resp. Design erzeugt und produziert. Bei Warhol sind es seine <Factory-Mitarbeiter>, die die Siebdrucke produzieren, bei Starck sind es seine Mitarbeiter, die den Entwurf ausarbeiten und dann die Firma Vitra, die W.W. Stool produziert. Sowohl das Kunstwerk wie das Designobjekt entstehen durch ein sehr ähnliches Produktionsverfahren. Der stolze Preis von über 2500 Schweizerfranken für W.W. Stool rückt das Designobjekt in die Nähe des Kunstwerks <Warhol-Siebdruck>.

3 Fazit

Die heute selbstverständliche Haltung <everything goes> musste hart erarbeitet werden.

In den siebziger Jahren waren die Disziplinen Kunst, Architektur und Industrial Design noch klar getrennt. Von Seiten der traditionellen Designtheorie her wurden gerne alle Entwurfsansätze, die über rein funktionalistische Überlegungen hinausgingen, als <freie Kunst> abgetan. Es wurde versucht, das Möbelstück als Kunstobjekt zu definieren, wobei alleine die Anwendung von Künstlerischen Prinzipien ausreichte, um aus einem Möbel ein Kunstwerk zu machen. Die dabei stattfindende Erweiterung des Designbegriffs wurde viel weniger thematisiert.

Stühle sind mehr als Sitzmaschinen. Sie sind Kommunikationsmittel, Symbol einer Haltung und können zur Ikone einer Zeit werden. Betrachtet man die Stühle über die formalästhetischen Funktionen hinaus, werden die semantischen Qualitäten ersichtlich.

<Pratone> steht als Ikone der Pop-Art im Museum. Es ist das einzige Objekt der Gruppe <Strum>, das heute in der Designgeschichte rezipiert wird. Auch von <Stiletto> ist bis heute kein anderes Objekte ähnlich berühmt geworden wie <Consumer's rest>. Dafür kann er seine Lampenobjekte heute in Serie produzieren und verkaufen. <Consumer's rest> steht auch im Museum und wird gerne als provokatives <Ready-made-Objekt> in Designbüchern abgebildet. Bleibt die Stehhilfe von Starck: Sie steht sowohl im Museum, wie auch beim gut betuchten Designinteressierten in der Stube und kann bei Vitra als unlimitiertes Serienprodukt gekauft werden. Der Vollständigkeit halber sei hier noch erwähnt, dass von Starck noch hunderte von anderen Produkten produziert resp. gebaut werden, von der Zahnbürste bis zum Kongresszentrum in Tokio.

Alle drei Sitzobjekte stehen im Museum. Bei allen wurden künstlerische Prinzipien angewendet. Alle Objekte sind frei von formalen Zwängen. Also sind es doch Kunstwerke!

Andererseits bezeichnen sich alle Gestalter (Designer) explizit nicht als <Künstler> und deklarieren ihre Objekte nicht ausdrücklich als Kunstwerke. Somit startet ihr Objekt in der Disziplin Design (die angestrebte Serienproduktion kann diese Aussage unterstützen, muss aber nicht). Zudem erfüllen alle Stühle die Anforderungen, die an ein Sitzmöbel gestellt werden. Also sind es doch Designobjekte!

Oder Entscheiden alleine der Kontext (steht W.W. Stool im Museum oder in der Wohnstube) und die Haltung des Betrachters

(Museumsdirektor oder praktisch orientierter Mensch – schliesslich könnte man W.W. Stool auch als Kleiderständer benutzen...) darüber, was es ist?

Wie bereits unter 2.2.1 erwähnt ist für mich eine klare Einordnung und Schubladisierung der Objekte nicht von zentralem Interesse und aus heutiger Sicht auch unwichtig.

Viel spannender sind die Geschichten, die diese Möbel erzählen (aus der Sicht des Betrachters) und die Suche nach den gestalterischen Mitteln, um etwas zu erzählen (aus der Sicht des Designstudenten).

4 Anhang

4.1 Abbildungsnachweise

Die Abbildungen von <Pratone>, <Consumer's rest>, <W.W.Stool> und <Supermarktfräulein> sind aus dem Buch: 100 Masterpieces aus der Sammlung des Vitra Design Museums

<Soft toilet>: Collection of Whitney Museum of American Art, New York

<Weiblicher Torso>, aus dem Buch: Kunst des 20. Jahrhundert

4.2 Bibliographie

Albus, Volker und Borngräber Christian. **Design Bilanz – Neues Deutsches Design der 80er Jahre in Objekten, Bildern, Daten und Texten.** Köln: DuMont Buchverlag, 1992, S. 7 – 86

Albus, Volker und Fischer, Volker. **13 nach Memphis – Eine Einführung.** München/New York: Prestel-Verlag, 1995, S. 7 – 20, 160 – 175

Boissière, Olivier. **Starck.** Köln: Taschen Verlag, 1991

Büsser, Martin. **Pop-Art.** Hamburg: Rotbuch Verlag, 2001

Colin, Christian. **Starck.** Tübingen: Ernst Wasmuth Verlag, 1989

Fayet, Roger (Hg.). **70s versus 80s.** Museum Bellerive, Katalog, 2003, S. 12 – 19

Hauffe, Thomas. **Design.** Köln: DuMont Buchverlag, 1995

Hauffe, Thomas. **Sitzen und Design – Der Stuhl als Manifest.** In: Eickhoff, Hajo (Hg.): sitzen. Frankfurt am Main: Anabas-Verlag, 1997, S. 152 - 170

Honnef, Klaus. **Warhol.** Köln: Taschen Verlag, 1999

Kulturreferat der Landeshauptstadt München (Hg.). **Möbel als Kunstobjekt.** München: 1987

Mink, Janis. **Duchamp.** Köln: Taschen Verlag, 2001

Wissenschaftliche Arbeit / Michael Schärlich, Industrial Design, 2. Semester

Ruhrberg, Karl; Schneckenburger, Manfred; Fricke, Christiane; Honnef, Klaus; Walther, F. Ingo (Hg.). **Kunst des 20. Jahrhunderts.** Köln: Taschen Verlag, 2000

Rykwert, Joseph. **Was heisst sitzen? Ein Methodenproblem.** In: Werkbund-Archiv Band 8: z.B. Stühle. Giessen: Anabas-Verlag, 1985, S. 36 - 41

Solle, Gert. **Geschichte des Designs in Deutschland.** Frankfurt/New York: Campus Verlag, 1994, S. 324 - 327

Sparke, Penny. **Italienisches Design von 1870 bis heute.** Braunschweig: Westermann, 1989

Von Perfall, Manuela und Karcher, Eva. **Italienisches Design – von den Anfängen bis zur Gegenwart.** München: Wilhelm Heyne Verlag, 2000, S. 155 - 187

Von Vegesack, Alexander; Dunas, Peter und Schwartz-Clauss, Mathias (Hg.). **100 Masterpieces aus der Sammlung des Vitra Design Museums,** Katalog, 1996, S. 174 - 175, 218 - 219, 228 - 229