

DIE GESCHICHTE DES NACHHALTIGEN DESIGNS

KARIN SIMONE FUHS, DAVIDE BROCCHI,
MICHAEL MAXEIN & BERND DRASER (HRSG.)

***Welche Haltung
braucht Gestaltung?***



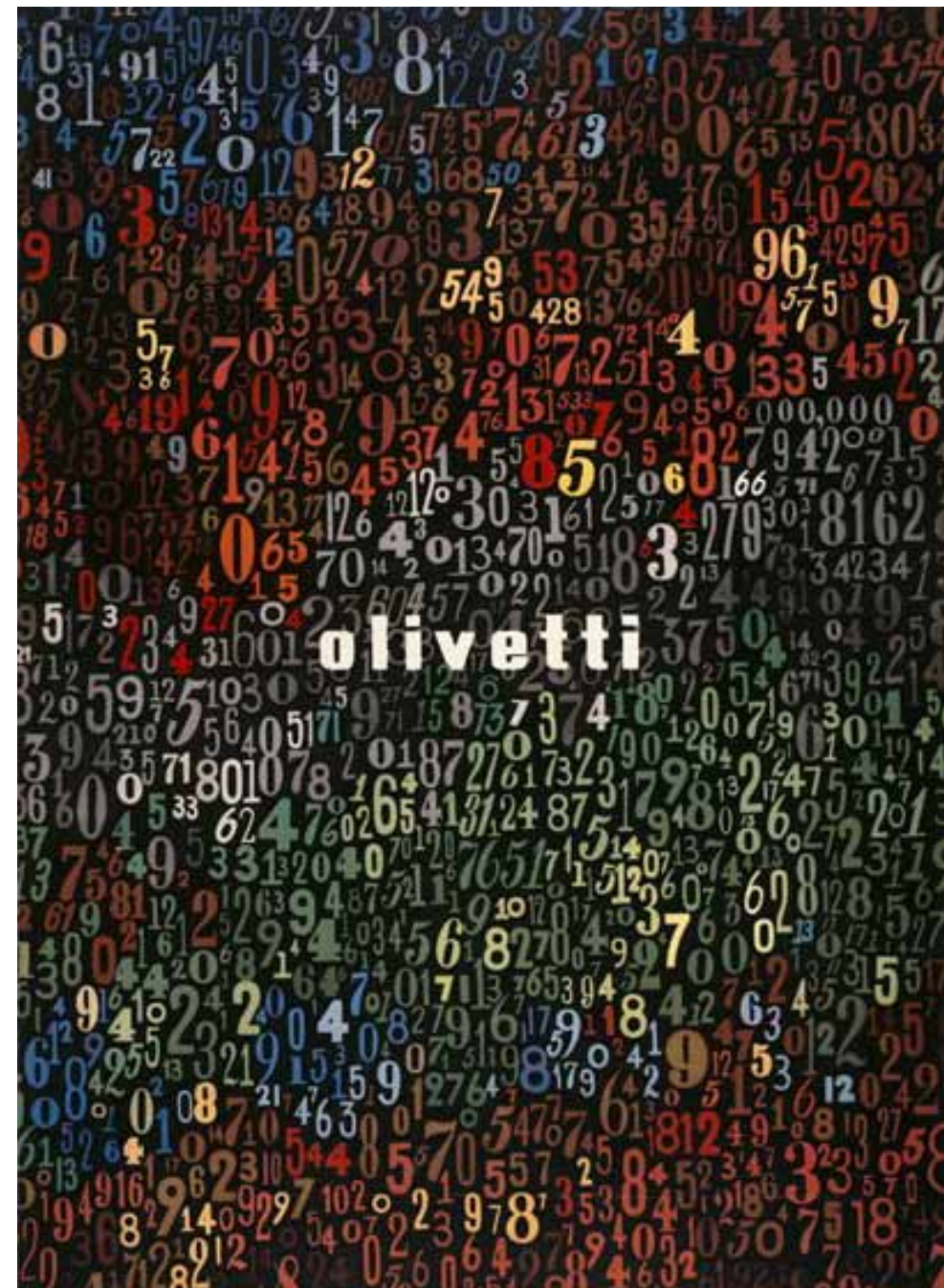


JOOST SCHMIDT
Bauhaus-Ausstellung, Plakat
 DIN A1, Jahrgang **1923**

Joost Schmidt gestaltete dieses Plakat zur ersten großen Bauhaus-Ausstellung noch als Student des Bauhauses. Hier zeigt sich gute Gestaltung im gekonnten Aufgreifen optischer Achsen und dem so gesetzten Fokus auf die zu vermittelnden Informationen.

GIOVANNI PINTORI
»Olivetti«
 DIN A1, Jahrgang **1949**

Das Werbeplakat entstand während Pintoris Anstellung bei Olivetti SpA / Italien. Das Unternehmen gilt als Pionier in Sachen Industriedesign des 20. Jahrhunderts und dieser Anspruch spiegelt sich auch in der Gestaltung der Werbung für das Unternehmen wieder. So ist der gekonnte Umgang mit Zahlen nicht nur ein Merkmal der von Olivetti entwickelten Rechenmaschinen ...



Automobile—Club de Suisse

protégez l'enfant !



JOSEF MÜLLER-BROCKMANN

»Schützt die Kinder!«, Plakat

DIN A1, Jahrgang 1954

Josef Müller-Brockmann gestaltete dieses Plakat für den Automobil-Club der Schweiz. Müller-Brockmann war sich seiner Verantwortung als Gestalter durchaus bewusst. So lehnte er etwa Werbung für Tabakwaren, Alkoholgetränke und Kriegsspielzeug aus moralischen Gründen ab.

PERSPEKTIVEN NACHHALTIGEN DESIGNS

KARIN SIMONE FUHS, DAVIDE BROCCHI,
MICHAEL MAXEIN & BERND DRASER (HRSG.)





© 2012

Verlagsname und Autoren

Konzeption

Davide Brocchi & Michael Maxein

Lektorat

Name Lektor oder Büro

Bildredaktion

Michael Maxein

Gestaltung & Satz

Karsten Rohrbeck

Schrift

Vollkorn Regular, Italic, Bold & Bold Italic

Papier

Textteil: RecyStar Natur weiß 80 g/qm (Papyrus)

Bildteil: RecyStar Polar hochweiß 170 g/qm (Papyrus)

Farben

Textteil: Grafito & Olivia (earthcolors)

Bildteil: 4c Euroskala

Druck & Bindung

Name Druckerei

INHALT

003–022 Einführung

Vorwort Simone Fuhs

Einführung Davide Brocchi

023–078 Was ist nachhaltiges Design?

Komplexität gestalten Davide Brocchi

Vorbeugen statt reagieren Michael Jischa

079–134 Die andere Geschichte des westlichen Designs

Vorindustrielles Design Anne Beyerlein

Die Vordenker des nachhaltigen Designs René Spitz

Eine Persönlichkeit: Richard Buckminster Fuller Joachim Krausse

Das Bauhaus Siegfried Gronert

Eine Persönlichkeit: Wassily Kandinsky Hildegard Kurt

30–70er Jahre René Spitz

Eine Persönlichkeit: Joseph Beuys Mareen Scholl

80er-bis heute Thomas Edelmann

Eine Persönlichkeit: Siegfried Maser Michael Maxein

135–184 Positionen der Gegenwart

Das effiziente Design Christa Liedtke

Das ökoeffektive Design Uwe Boden

Das Suffizienzdesign Niko Paech

Das langlebige Design Michael Maxein

Eine Persönlichkeit: Victor Gruen Martin Herrndorf

Die (vernachlässigte) soziale Dimension Gesche Joost, Florian Sametinger und Tom Bieling

Die kommunikative Dimension Gustav Bergmann

Die kulturelle Dimension Claudia Mareis

Eine Persönlichkeit: Der ecosigner / die ecosignerin Christina Zimmer

Institutionen des nachhaltigen Design Michael Maxein

185–212 Außenblick

Design als Entwicklungshilfe: Ein Überblick Martin Herrndorf

Design als Entwicklungshilfe: Eine Erfahrung Ingo Wick

Zwischen Tradition und Verwestlichung:

Die Perspektive Indiens und Pakistans Gwendolyn Kulick

Persönlichkeiten: Fernando und Humberto Campana, Brasilien Inga Scharf da Silva

Indigenes Design: Die ethnologische Perspektive Kerstin Pinther

213–254 Trends 2050

Die Zukunft Jennifer Fritsch

Die Transition Martin Herrndorf

Die Vision Brigitte Wolf / Gui Bonsiepe

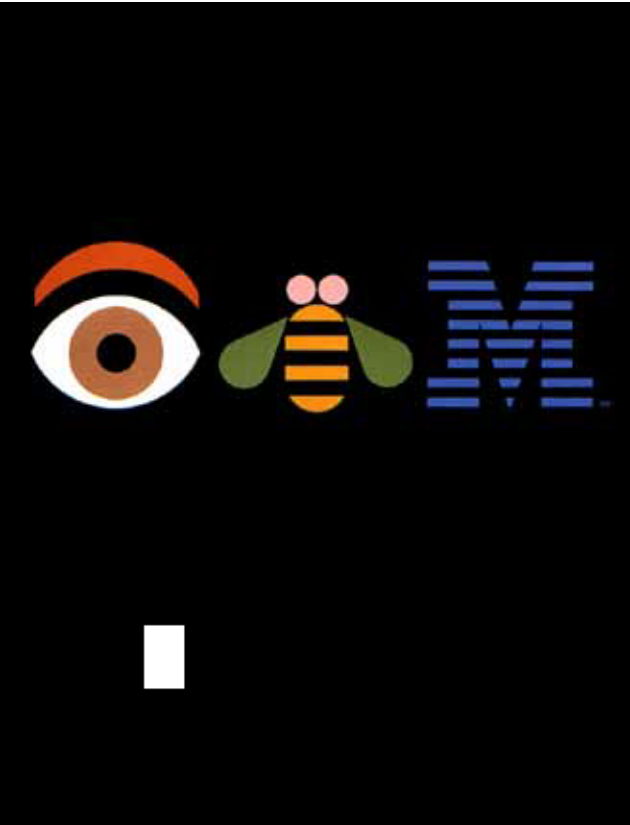




JOSEF MÜLLER-
»Schütz«
DIN A1, Ja
Josef Müller-
als Gestalter durc

FERNANDO & HUMBERTO
CAMPANA
»Favela, Armsessel

B: 85 H: 74 T: 65 cm, Jahrgang 1991
Der Sessel wurde erstmals 1991 als Unikat aus
Holzbrettern und Nägeln hergestellt. Seit 2003 wird er
als Serienprodukt produziert und ist ein Beispiel für
das Recycling von anderweitig anfallendem Abfallholz:
Kurze Bretter werden in Handarbeit in unterschiedli-
chen, ungeordneten Variationen zusammengenagelt. So
greift man die Ästhetik der Favelas, den Armenvierteln
in den Großstädten, in der Gestaltung auf.



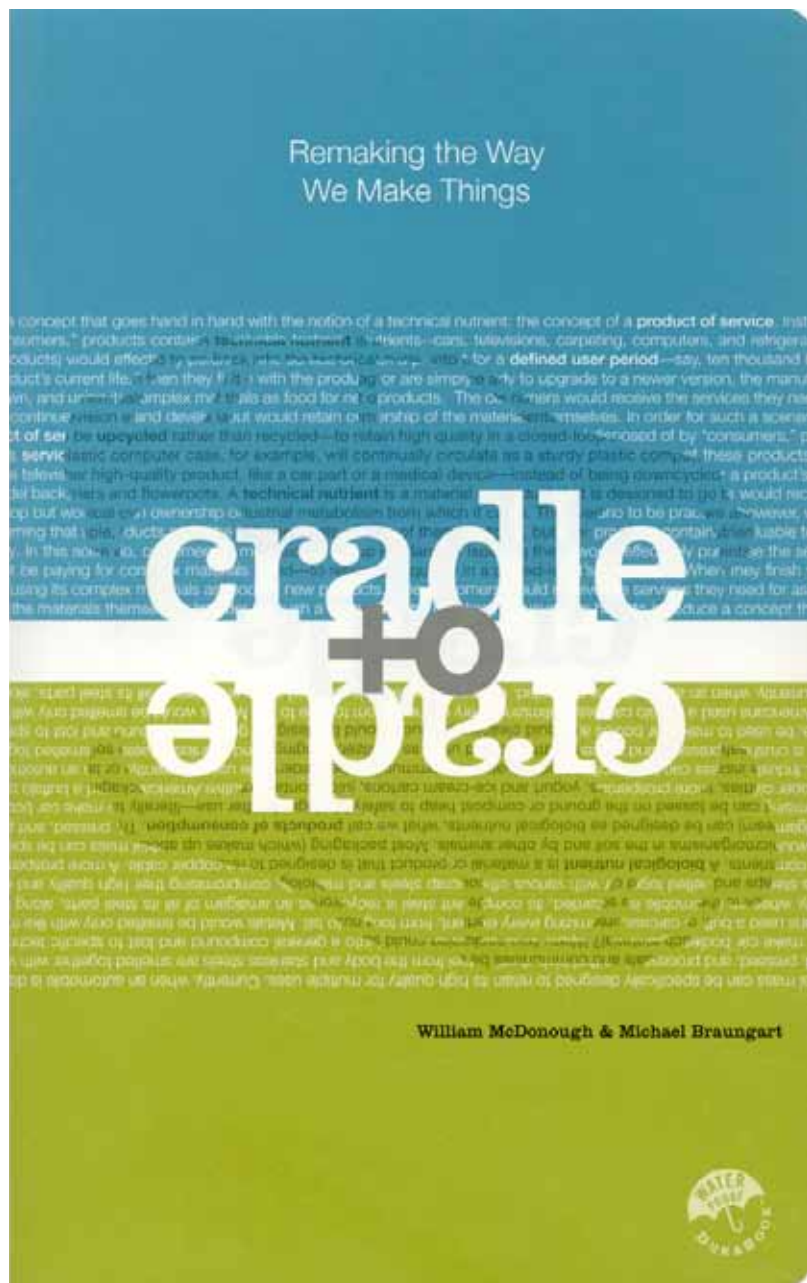
PAUL RAND
»Eye-Bee-M«
DIN A1, Jahrgang 1981

Paul Rand gestaltete viele Jahre den Markenauftritt des Computerher-
stellers IBM – aber auch anderer bekannter Marken wie UPS und ABC. Hier
eine gelungene Kombination aus guter Gestaltung, Klarheit, Humor und
hohem Grad an Rekognizabilität.

MICHAEL BRAUNGART;
WILLIAM MCDONOUGH
›Cradle to cradle‹, Buch

B: 12,7 H: 20,3 T: 1,9 cm, Jahrgang **2002**

Das Buch ›Cradle to cradle‹ beschäftigt sich mit der Möglichkeit einer Öko-Effektivitätsstrategie der zwei Metabolismen für die gesamte Industrieproduktion. Das Buch selbst besteht nicht aus Papier sondern aus einem speziellen Kunststoff, von dem die Druckfarbe wieder abgewaschen werden kann und der so ein energiesparendes und schadstofffreies Recycling ermöglichen soll.



FERNANDO & HUMBERTO
CAMPANA
›Buriti‹, Vase

B: 35 H: 30 T: 30 cm, Jahrgang **2003**

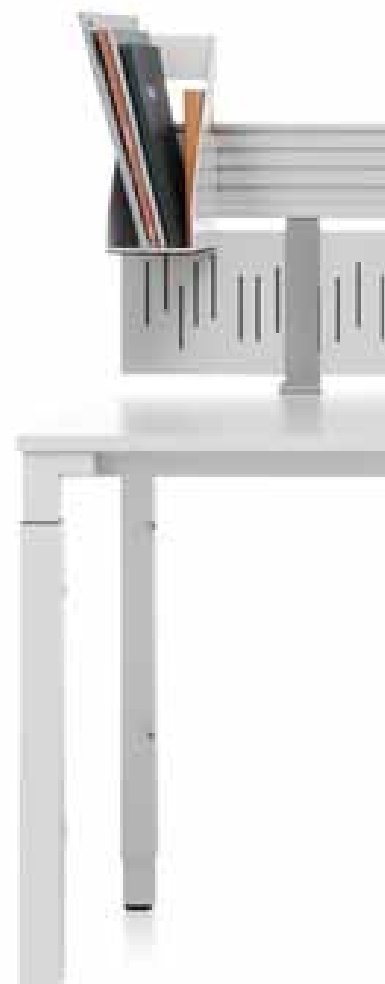
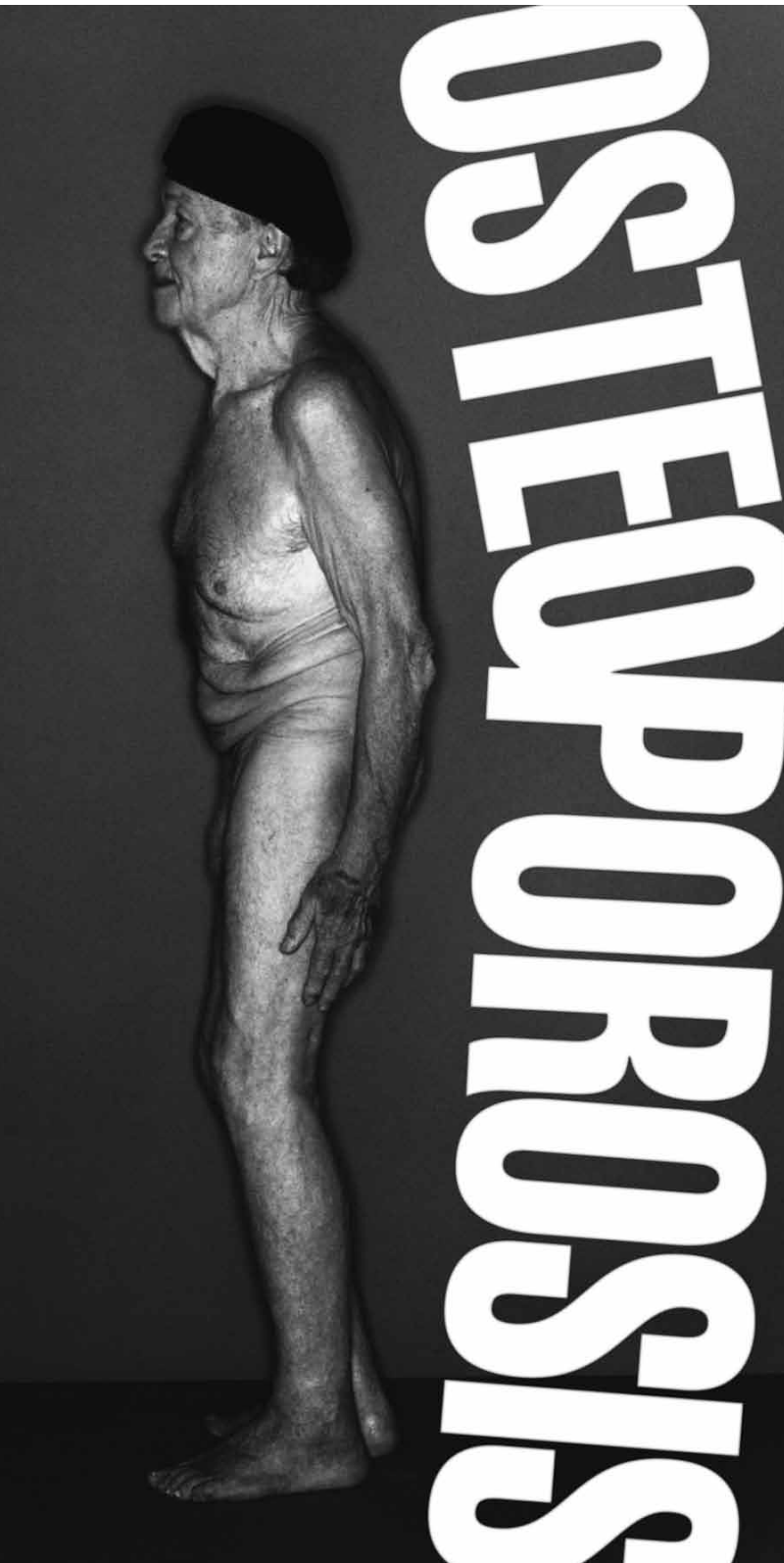
Diese Vase ist ein Beispiel des Recycling bzw. der Wiederverwertung von Abfall unterschiedlichster Art. Teppich, Gummi, Ethylenvinylacetat (EVA) und Textilgewebe werden in Streifen geschnitten und in Verbindung mit Glas zu einer Vase umfunktioniert.

OLIVIERO TOSCANI

›Osteoporosis‹

versch. Abbildungsgrößen, Jahrgang **2005**

Der italienische Fotograf Oliviero Toscani portraitierte für eine Kampagne des Deutschen Grünen Kreuzes 24 Menschen im Alter von 25 bis 92 Jahren, die von Osteoporose – Knochenschwund – betroffen sind. Die Fotografien bilden die Grundlage einer Wanderausstellung und auch des Informationsmaterials, welches über die Krankheit aufklärt.



DIE ANDERE GESCHICHTE DES WESTLICHEN DESIGNS

*Design minus
Industrialisierung
gleich ›nachhal-
tiges Design‹?*

079–082 Vorindustrielles Design

Anne Beyerlein

083–086 Die Vordenker des nachhaltigen Designs

René Spitz

087–090 Eine Persönlichkeit: Richard Buckminster Fuller

Joachim Krausse

091–096 Das Bauhaus

Siegfried Gronert

097–102 Eine Persönlichkeit: Wassily Kandinsky

Hildegard Kurt

103–108 30–70er Jahre

René Spitz

109–116 Eine Persönlichkeit: Joseph Beuys

Mareen Scholl

117–126 80er-bis heute

Thomas Edelmann

127–134 Eine Persönlichkeit: Siegfried Maser

Michael Maxein

ch
90 cm,

% recycelbar und
alien. Er wird in
Lebenszyklus-
kungen kontinu-

Die Vordenker des nachhaltigen Designs

RENÉ SPITZ

Mit der industriellen Revolution beginnt die offizielle Geschichte des Designs. Noch heute bezeichnet Design ganz allgemein den Entwurf und die Planung von standardisierten Industrieprodukten. Schon im 19. Jahrhundert bildeten sich jedoch Bewegungen, die durch Reformen des Kunsthandwerkes, Geschmackserziehung und soziales Engagement den negativen Folgen der Industrialisierung entgegenzutreten wollten.

›Nachhaltiges Design‹ gab es schon, bevor sich dieser Begriff dafür eingebürgert hat. Eine solchermaßen nachträgliche Etikettierung ist nichts Ungewöhnliches. Für die Geschichtswissenschaft gehört es zum Tagesgeschäft, ein Phänomen im nachhinein durch einen Begriff zu kennzeichnen, welchen seine Zeitgenossen nicht verwendet haben. Zum Beispiel wurde 1851 in London eine Ausstellung von noch nie dagewesener Art gezeigt. Sie wurde ›The Great Exhibition‹ genannt. Ihr Titel traf den Kern der Sache ziemlich genau auf den Punkt: Die Besucher erwartete ein Glashaus, das sechsmal so groß war wie die Londoner ›St Paul's Cathedral‹ und in dessen Hallen die unvorstellbare Masse von einer Million Maschinen und maschinell erzeugten Waren aus vielen Nationen zu sehen waren. Heute bezeichnen wir diese Schau als die erste Weltausstellung – ein Begriff, mit dem die Zeitgenossen vermutlich nicht viel hätten anfangen können.

Eine Darstellung der Geschichte des nachhaltigen Designs bedarf also der Klärung, was mit diesem Begriff gemeint sei. Eine eindeutige, trennscharfe Definition gibt es nicht, weder für ›Nachhaltigkeit‹ noch für ›Design‹. Denn das Phänomen Design besteht substantiell aus widersprüchlichen Facetten. Deshalb ist auch der Begriff missverständlich. Er wird sogar immer unschärfer, je mehr der Blick zu den Bedeutungsrandern schweift, zu den Übergängen an angrenzende Phänomenen, etwa zur Kunst oder zum Handwerk, um nur zwei davon willkürlich herauszugreifen.

Im Kern handelt es sich bei Design um Gestaltung innerhalb eines kommerziellen, arbeitsteiligen und industriellen Zusammenhangs, dessen Ziel in einer Serienproduktion besteht. Das Ergebnis, die Produkte, sind Botschaften und Waren.

Zu einer vollständigen Definition des Phänomens Design zählen zweifellos noch viel mehr Aspekte. Die Gestaltung von Handlungen und Abläufen beispielsweise (sog. Servicedesign) ist darin vollkommen unberücksichtigt.

Allerdings scheinen es diese vier genannten Kriterien des Kontextes von Gestaltung (kommerziell, arbeitsteilig, industriell, seriell) zu sein, die allgemein als Charakteristika des Designs akzeptiert werden – während über alle weiteren Aspekte gestritten wird. Es handelt sich also bei dieser Definition des Bedeutungskerns von ›Design‹ um nichts mehr als um den kleinsten gemeinsamen Nenner der Verständigung darüber, worüber wir eigentlich reden, wenn wir über Design reden.

Wenn wir uns auf diese (nur eingeschränkt hilfreiche) Definition verständigen, beginnt die Geschichte des Designs zwangsläufig mit der Industrialisierung. Design wird deshalb hier als eine Erscheinung der industrialisierten Gesellschaft verstanden. Der Buchdruck Johannes Gutenbergs hingegen wird demzufolge als Handwerk – oder Kunsthandwerk – begriffen, weil sich sein maschinell vervielfältigtes Buch substantiell von einem industriell produzierten unterscheidet. Es wäre falsch, beides ›Design‹ zu nennen und dadurch die Unterschiede unkenntlich zu machen, weil die Systeme (Texterzeugung, Bilderzeugung, Gestaltung, Druck, Bindung, Verbreitung, Rezeption), innerhalb derer sie existierten, fundamental unterschiedlich gewesen sind – ganz abgesehen von den jeweiligen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhängen.

Das Etikett ›nachhaltig‹ muss ebenfalls erläutert werden. Ebenso wenig, wie Designer sich im Jahr 1880 als ›Designer‹ bezeichnet haben, haben sie von ›nachhaltigem‹ Design gesprochen.

Der Begriff ›Design‹ benennt beide Aspekte der Tätigkeit: sowohl den Prozess des Hervorbringens und Erzeugens also auch das fertige Ergebnis. Wenn heute rückblickend von nachhaltigem Design avant la lettre gesprochen wird, dann kann sich diese Qualifizierung ›nachhaltig‹ nur auf zwei Dimensionen des Designs beziehen.

Inwiefern war das Design um 1880 nachhaltig?

Entweder wird damit das Produkt so bewertet, dass es heutigen Maßstäben, die mit der Forderung nach Nachhaltigkeit verbunden sind, genügt. Es kann sich etwa um einen Stuhl handeln, für dessen Herstellung besonders wenig Energie und Wasser benötigt werden; dessen Material aus wenigen, sortenreinen Rohstoffen besteht, die natürlichen Ursprungs sind und aus der Umgebung der

Fabrik stammen; der nicht unnötig schwer, aber dafür vielseitig und lange nutzbar ist und im Schadensfall einfach repariert werden kann; für dessen gesamten Produktions- und Verkaufsprozess möglichst wenig Lieferketten und möglichst kurze Transportwege unterhalten werden; dessen herstellendes Unternehmen auf faire Bezahlung, gesundheitlich unbedenkliche Arbeitsplätze und soziale Unterstützung seiner eigenen Mitarbeiter und der Mitarbeiter seiner Lieferanten und Handelspartner Wert legt; und dessen äußere Beschaffenheit (Form, Materialien, Farben, Proportionen, Verarbeitung) vielen Menschen jahre- und jahrzehntelang gefällt. Wie wichtig all diese Faktoren sind, wissen wir heute. In der Vergangenheit haben die Designer jedoch nur vereinzelt ihren Blick auf sie gerichtet, weil für die Gesellschaft, in der sie lebten, das Thema Nachhaltigkeit in seiner umfassenden Komplexität keine Rolle spielte. Deshalb kann das Etikett ›nachhaltig‹ sinnvollerweise auch nur eingeschränkt für die Anfänge des Designs verwendet werden: Wenn einzelne Aspekte im nachhinein als nachhaltig bewertet werden. Etwa wenn die äußere Form des Stuhls seit 160 Jahren im wesentlichen unverändert ist, wie es beim berühmten Kaffeehausstuhl ›Nr. 4‹ von Michael Thonet der Fall ist.³⁶ Formalästhetisch kann man hierbei von nachhaltigem Design sprechen. Aber diese Aussage wäre lediglich ein oberflächliches Urteil, weil das gesamte System, das für seine Herstellung notwendig ist, unberücksichtigt bleibt.

Oder es wird der Prozess qualifiziert, der zum fertigen Design geführt hat. Ein wesentlicher Aspekt dieses Prozesses ist die Absicht des Einzelnen, der diesen Prozess vorantreibt – ganz gleich, ob es sich dabei um Designer, Architekten, Künstler, Unternehmer, Beamte oder Politiker handelt (meist war es auch nicht nur ein Einzelner, sondern es waren mehrere, und keineswegs nur Männer, sondern oft auch Frauen). Sucht diese Antriebskraft nur einen kurzfristigen kommerziellen Erfolg oder will sie ein langfristig erfolgreiches Produkt entwickeln?



Konzentriert sie sich nur auf das Äußere des Produktes oder bemüht sie sich darum, einen Beitrag zum gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Kontext ihrer Zeit zu liefern? Um diesen Kriterien zu genügen, muss man nicht den Begriff ›nachhaltig‹ verwenden. Die Entwicklung des Designs wird von Anfang an durch viele Antriebskräfte angetrieben, deren Absichten auch aus heutiger Sicht als nachhaltig bezeichnet werden können, auch wenn sie dafür andere Worte gewählt haben. Deshalb ist es legitim, eine Geschichte des nachhaltigen Designs zu schreiben, obwohl dieses Vorhaben auf den ersten Blick wie ein Anachronismus erscheinen mag.

Älter als Design ist Stil – in unserer heutigen Bedeutung: Die freie Wahlmöglichkeit, sich ganz nach seinem Geschmack für eine Gestaltungsweise zu entscheiden. Wir suchen uns ganz selbstverständlich aus einer großen Vielfalt genau die Produkte aus, die uns gefallen. Diese Selbstverständlichkeit beruht aber auf der Annahme, dass jede gestalterische Ausdrucksweise wesentlich gleichwertig sei. Es gibt heute keine gesellschaftliche Verbindlichkeit für einen übergreifenden Stil im Design, in der Architektur, in der Mode, in der Musik, in der Literatur und in der Kunst.

Diese Unverbindlichkeit ist eine Folge des Zeitalters der Vernunft. Bis ins späte 18. Jahrhundert hinein »war der Stil einer Epoche einfach die Art und Weise, in der etwas hervorgebracht wurde, er wurde praktiziert, weil alle Leute annahmen, das sei genau der richtige Weg, einen bestimmten Effekt zu erreichen.« (Gombrich 2010: 476) Einer der ersten, der diese existenzielle Rahmenbedingungen hinterfragte und sich aus freiem Willen darüber hinwegsetzte, war Horace Walpole (1717–1797), der Sohn des ersten englischen Premierministers. Seinen Landsitz ›Strawberry Hill‹ ließ er nicht im üblichen palladianischen Stil seiner Zeit errichten, einer Imitation der griechisch-römischen Antike mit den Mitteln der Renaissance. Gegen jede Konvention beauftragte er den Bau einer Villa, die aussah, als ob es sich dabei um ein Schloss aus der romantisch verklärten Epoche der Gotik handelte: »Walpole hatte sich den Stil seines Landshauses so ausgesucht, wie man sich ein Tapetenmuster aussucht.« (Gombrich 2010: 477)

Diese Schrulle eines englischen Exzentrikers trat im zeitlichen, räumlichen und kulturellen Zusammenhang der Industriellen Revolution auf, einer der folgenreichsten Entwicklungen der Weltgeschichte. Dafür waren folgende Voraussetzungen nötig (und, da in einem wechselseitigen Verhältnis stehend, wurden sie zugleich auch in diesem »historischen Prozess« [vgl. Faber, Meier 1978] hervorgebracht):

- der Stahl als universelles Konstruktionsmaterial für Gebäude und Maschinen,
- die Dampfmaschine als kontrollierbarer Transformator großer Energiemengen,
- die Eisenbahn als Transportmittel für Menschen, Tiere und Waren,
- der Telegraf als Informationsvermittler und
- der elektrische Strom als produzierbarer, transportierbarer und speicherbarer Energieträger.

Design als ›Frucht‹ der Industrialisierung?

Diese Umwälzung der Agrar- in Industriegesellschaften, zuerst in Europa und Nordamerika, kann unter vielen Blickrichtungen geschildert werden.

Bei der Industriellen Revolution handelt es sich nicht nur um die wunderbare Geschichte, in der innerhalb von nur hundert Jahren das tägliche Leben der meisten Menschen ungemein bequem wurde, weil immer mehr elektrisch angetriebene Maschinen sie von ihrer körperlich anstrengenden täglichen Arbeit erlösten: Wasser holen und es erhitzen, Wäsche damit waschen und Geschirr spülen, die Wohnräume heizen und beleuchten, Strecken zurücklegen und Dinge transportieren [hierzu immer noch grundlegend: Giedion 1982]. Es war auch nicht nur das Entstehen einer zahlungskräftigen bürgerlichen Bevölkerung, die ihren Wohlstand mit der ununterbrochenen, ermüdungsfreien Maschinenproduktion erwirtschaftete und die ihre finanziellen Mittel auch zunehmend für den Konsum eben solcher maschinell produzierten, in vielen Stilrichtungen gestalteten Waren ausgab.

Sondern es war auch die Entwicklung, die große Teile der einfachen Landbevölkerung in die Stadt getrieben hat – einerseits, weil die verbesserten Techniken zur Bestellung und Ernte der Felder dazu geführt hatten, dass sich der Landbesitz in der Hand weniger Großgrundbesitzer konzentrierte; und andererseits, weil die Städte als wachsende Industriestandorte die Chance auf neue Arbeitsplätze boten. Die hineinströmenden Massen ungelerner Arbeitskräfte bedeuteten aber auch: Unmenschliche Arbeitsbedingungen in den Fabriken und erbärmliche Lebensumstände in den städtischen Wohnquartieren. Der Sohn eines erfolgreichen deutschen Industriellen, Friedrich Engels, schilderte in berühmt gewordenen Passagen die elendige »Lage der arbeitenden Klasse in England«, die er mit eigenen Augen bei seinem Aufenthalt vor Ort gesehen hat. Die ökologisch und sozial gleichermaßen katastrophalen Zustände veranschaulichte er etwa am Beispiel der Stadt Bradford, die er als einen Ort beschrieb, der

»nur sieben Meilen von Leeds, im Mittelpunkte mehrerer zusammenstoßenden Täler an einem kleinen, pechschwarzen, stinkenden Flusse liegt. Die Stadt bietet an einem schönen Sonntage – denn an Werktagen wird sie von einer grauen Wolke Kohlenrauch verhüllt – von den umliegenden Höhen einen prächtigen Anblick dar; aber drinnen herrscht derselbe Schmutz und dieselbe Unwohnlichkeit wie in Leeds. Die älteren Stadtteile sind an steilen Abhängen eng und unregelmäßig gebaut; in den Gassen, Sackgassen und Höfen liegt Schmutz und Schutt angehäuft; die Häuser sind verfallen, unsauber und unwohnlich, und in der unmittelbaren Nähe des Flusses und der Talsohle fand ich manche, deren unteres, halb in den Bergabhang hinein vergrabenes Stockwerk ganz unbewohnbar war.« (Engels 1848: 273)

Das Design ist ein integraler Bestandteil dieser umfassenden Entwicklung, der Industrialisierung der Welt, die bis heute andauert. Die formalästhetische Gestaltung innerhalb dieses neu entstehenden, komplexen Systems maschinell produzierter, standardisierter Waren wurde von Anfang an als ein Problem wahrgenommen: In den 1820er beginnt man in Großbritannien damit, darüber zu diskutieren, ob Sessel, Betten und Leuchten geschmackvoll sind bzw. ob sie dem richtigen Geschmack entsprechen (Rotermund 2011: 4).

Seit es also das Phänomen Design gibt, gehört die kritische Reflexion zum Design dazu. Die Tätigkeit des Designers ist untrennbar mit dem Nachdenken darüber verbunden, in welchem Zusammenhang er wirkt.

ch
90 cm,
% recycelbar und
alien. Er wird in
Lebenszyklus-
kungen kontinu-
.



Der Kontext des Designs besteht aus vier miteinander verwobenen Dimensionen, einer gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, kulturellen und politischen. Daraus folgen Ziele und Handlungen, die sich zum Teil widersprechen. Dem Phänomen Design ist also nicht nur von Anfang an eine kritische Urteilskraft zu eigen, sondern es befindet sich auch in einem Spannungsfeld widersprüchlicher Kräfte, die durch das Design nicht ausgeglichen werden.

Arbeitsteilung als Voraussetzung für Design?

In gesellschaftlicher Hinsicht begleitet das Design die Ausdifferenzierung der Gesellschaft: Die einfache Landbevölkerung schwindet, das städtische Proletariat wächst, ein neue Mittelschicht wohlhabender Bürger entsteht. Die industrielle Massenproduktion ermöglicht es zwar, billigere Produkte mit verbessertem Nutzen für das alltägliche Leben herzustellen. Die Arbeit im Haushalt und in der Fabrik wird auch – Schritt für Schritt – weniger mühsam. Allerdings sind diese Schritte anfangs noch sehr klein, während die Schufterei als Belastung der Gesundheit (körperlich und mental) zuerst unmenschliche Ausmaße annimmt. Den größten Nutzen hat das Bürgertum, dessen Familien ein Leben in nie da gewesener Bequemlichkeit führen können.

In kultureller Hinsicht spiegelt das Design den massiven Rückgang handwerklicher Strukturen, Traditionen und Fertigkeiten in allen Bereichen (vgl. Sennett 2008).

In wirtschaftlicher Hinsicht setzt das Design Arbeitsteilung voraus und damit zugleich auch Spezialisierung, sowie industrielle Massenproduktion für kommerzielle Zwecke des einmal vom Spezialisten Gestalteten.

Inwiefern diese drei Dimensionen rundweg abgelehnt, als gestaltbar angenommen oder als unverrückbar hingenommen wurden, hing jeweils von der politischen Überzeugung der Menschen ab. Wenn sie fortschrittlich war, und bei vielen Gestaltern war das der Fall, so beruhte sie oft auf der Analyse ihrer gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Umstände. Ebenso oft waren sie auch davon überzeugt, dass das Design als Mittel zur Veränderung der politischen Rahmenbedingungen genutzt werden könnte. Insofern ist das Politische auch von Anfang an ein dem Design inhärenter Impuls.

Die ersten Diskurse innerhalb eines gedanklichen Kontextes, den wir heute dem Phänomen Design zurechnen, wurzelten in der Tradition philosophischer Überlegungen um Geschmack und Stil. Die neue Freiheit der Entscheidung hatte schließlich einen Zwang mit sich gebracht: Wenn der Stil zur Gestaltung eines Sessels, eines Türgriffs, einer Vase, einer Leuchte und der Hausfassade nun frei gewählt werden konnte – welcher war denn dann der richtige? Pure Renaissance oder neumodische Gotik? Sollte man sich fürs Byzantisch-Venezianische entscheiden mit einem Hauch orientalischer Exotik? Oder doch lieber etwas traditionell Palladianisches: italienische Eleganz mit einem Schuss klassische Antike?

Diese Entscheidung traf im 19. Jahrhundert zunehmend der Unternehmer. Künstler, Architekten und Handwerker – die ja bis dahin vorwiegend die Dinge der menschlichen Zivilisation gestaltet hatten – waren meist nicht in den industriellen Prozess eingebunden. Die Segmentierung der Wissens- und Erfahrungsbereiche beschleunigte sich: In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts sonderten sich nicht nur die konstruierenden Ingenieure von den Fassaden gestaltenden Architekten ab, sondern auch die Künstler sowohl von der Wissenschaft als auch von den Nicht-Feinen Künsten, dem Handwerk: »Der Künstler begann Begriffe wie Nützlichkeit und Publikum zu verachten.« (Pevsner 2002: 11)

Das Ergebnis war schockierend, zumindest für Menschen, die für sich Urteilskraft in ästhetischen Fragen beanspruchten. Denn die Maschinen ermöglichten es den Fabrikanten, »Tausende von minderwertigen Artikeln in der gleichen Zeit und mit gleichen Kosten auf den Markt zu werfen, wie sie früher für die Herstellung eines einzigen gutgemachten Gegenstandes erforderlich gewesen waren. Unechtes Material und unechte Technik beherrschten die gesamte Industrie. [...] Die Nachfrage steigerte sich von Jahr zu Jahr, aber es war die Nachfrage einer geschmacklich unerzogenen Bevölkerung, die entweder zu viel Geld und keine Zeit oder kein Geld und keine Zeit hatte.« (Pevsner 2002: 10 f.)

In England widmeten sich zwei Zeitschriften der Frage, welcher Stil zu wählen und welcher Geschmack der richtige sei: »Mechanics Magazine« (ab 1823) und »Art Union Monthly Journal« (ab 1839) (Rotermund 2012: 4 f.). Ästhetik wurde nicht einfach auf die hübsche Oberfläche reduziert, die Standardisierung als »conditio sine qua non« des Industriezeitalters nicht nur als Faktor für die formalästhetische Gestaltung der Welt identifiziert. Sondern es ging um Moral, die untrennbar damit verbunden wurde. Die Diskussion um die Folgen von Design für das Leben der Menschen in allen Dimensionen – gesellschaftlich, kulturell, wirtschaftlich und politisch – war eröffnet, in unserem heutigen Verständnis: Eine Diskussion um Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit.

Die »erste umfassende Beschäftigung mit den Auswirkungen der industriellen Entwicklung auf alle Aspekte der Gesellschaft – ihre Ökonomie, ihre sozialen Verhältnisse und ihre Kultur« wird zwar Charles Babbage (1791–1871) mit seinem Werk »On the Economy of Machinery and Manufactures« (1832) zugesprochen (Rotermund 2012: 6). Doch dieser Vordenker ist in Vergessenheit geraten.

Das genaue Gegenteil gilt für den englischen Maler, Schriftsteller und Kunsthistoriker John Ruskin (1819–1900). Er war mit den Zuständen seiner Zeit nicht einverstanden und schrieb dagegen an. Die Ursache allen Übels waren für ihn die Maschinen. Sie zerstörten in seinen Augen das gewachsene, gesunde Beziehungsgeflecht zwischen dem Menschen und seiner Arbeit. Das Handwerk allein galt ihm als ehrliche Arbeit. Er war felsenfest davon überzeugt, dass nur die handwerkliche Arbeit die Grundlage dafür sei, dass wieder individuelle Zufriedenheit, gesellschaftliche Harmonie, natürliche Schönheit und ein einheitlicher Stil entstünden. Sein Ideal war das Mittelalter, das er romantisch verklärte, in dem es keine Maschinen gab. Deshalb idealisierte er die Gotik und verdammt zugleich die Renaissance. Er propagierte den Zusammenschluss der Handwerker in Gilden nach einem imaginären mittelalterlichem Vorbild, in das er utopische Vorstellungen von einem harmonischen Sozialismus projizierte (vgl. Negt 1998).

Eigentlich dürfte Ruskin an dieser Stelle nicht als Vordenker des nachhaltigen Designs genannt werden, denn sein Blick richtete sich nach hinten, in eine utopische Vergangenheit, die es so wie er es sich vorstellte niemals gegeben hatte. Doch die Schriften, die er 1849 (»Die sieben Leuchter der Baukunst«) und 1851 (»Steine von Venedig«) veröffentlichte, erweckten breites Interesse, insbesondere durch die Rezeption von William Morris (1834–1896).

Nach der Ausbildung zum Architekten und Maler wurde Morris bewusst, dass er nicht einfach an der Staffelei Schönheit erschaffen konnte, wenn das Umfeld seinen Qualitätsansprüchen widersprach. Die gesamte materielle Ausstattung seiner Zeit war ihm ein ästhetisches und

ch
90 cm,
% recycelbar und
alien. Er wird in
Lebenszyklus-
kungen kontinu-
.

moralisches Grauen: Häuser, Interieurs, Möbel, Gebrauchsgegenstände. Weil er die Ansicht vertrat, dass es keine ehrlichen Möbel gab, wollte er sie kurzerhand selbst produzieren. Deshalb ist Morris so bemerkenswert: Seine Kritik an den Zuständen brachte ihn dazu, eine produktive Alternative zu entwickeln. Anstatt sich aus »*Abscheu vor der Formverfälschung aller Waren*« (Giedion 1976: 207) schmollend in einen Kreis gleichgesinnter Künstler zurückzuziehen, baute er 1859 sein ›Red House‹ in Upton, Kent, einschließlich der Einrichtung. Dann gründete er eine Firma: ›Morris, Marshall & Faulkner, Kunsthandwerker für Malerei, Schnitzerei, Möbel und Metallarbeiten‹. Morris scheiterte jedoch an der ökonomischen Wirklichkeit. Er wünschte sich zwar sehnlichst, dass hochwertige handwerkliche Erzeugnisse für jedermann erschwinglich sein sollten, weil er daran glaubte, dass ein besserer Geschmack und besser gestaltete Produkte dazu in der Lage wären, eine bessere Gesellschaft herbeizuführen. Aber wie er zugeben musste, war es unmöglich, solche Stühle, Tische und Bücher zu einem niedrigen Preis herzustellen. Seine Arbeit war nur wenigen vermögenden Kennern zugänglich. Er schuf, »*wie er es einmal ausdrückte, Kunst für ,den schweinischen Luxus der Reichen*‘« (Pevsner 2002: 15).

Dieser Sachzwang voll bitterer Ironie begleitet das Design seither. Zugleich hat er immer wieder Designer dazu angetrieben, neue Techniken auszuloten, um diesen anscheinend geschlossenen Teufelskreis zu durchbrechen und dennoch hohe Qualität in einem umfassenden Sinn zu einem niedrigen Preis hervorzubringen. Morris war nicht dazu in der Lage, er weigerte sich, Maschinen für seine Ideale zu nutzen. Darin liegt nach dem Urteil von Nikolaus Pevsner sein Widerspruch: Sein Werk, die Firma, war aufbauend, seine Lehre, die Verdammung der Gegenwart, zerstörerisch. Für die Ziele, die wir heute mit dem nachhaltigen Design verbinden, ist aber ein anderer Aspekt von Morris' Lehre folgenreich – die Überzeugung, dass sich ganzheitliche Gestaltung nicht auf die Werke beschränken darf, die im Atelier des Künstlers entstehen:

»*In diesem Sinne ist Morris der wahre Prophet des 20. Jahrhunderts. Wir haben es ihm zu danken, dass das Wohnhaus des einfachen Mannes wieder zu einer lohnenden Aufgabe für den Architekten geworden ist, und ein Stuhl, eine Tapete oder eine Vase ein Gegenstand, wert der Phantasie des Künstlers*« (Pevsner 2002: 13).

In der Mitte des 19. Jahrhunderts konnte man Ruskins und Morris' Kritik teilen, aber dennoch aus der Analyse der Gegenwart ein anderes Fazit ziehen. Man konnte davon überzeugt sein, dass die Maschine zur Verbesserung des Lebens aller Menschen, dass die Industrie zum gesellschaftlichen Fortschritt beitragen könnte, und dass eine neue Ästhetik entwickelt werden musste, die nicht auf historischen Stilmerkmalen beruhte.

Solche Überzeugungen vertrat vor allem der Engländer Henry Cole (1808–1882), ein Hansdampf in allen Gassen, der sich vom Gärtner zum Publizisten, Ingenieur und Lobbyisten an der Seite des Gemahls der Queen, Prinz Albert, entwickelte. Nachdem Cole 1847–49 jährlich nationale Gewerbeausstellungen in Manchester organisiert und 1849 das Pendant in Paris besucht hatte, begeisterte er Albert für seinen Plan, 1851 in London erstmals eine internationale Schau von noch nie da gewesenen Ausmaßen zu realisieren. Dieses wagemutige Projekt wurde von großem Erfolg gekrönt. Seit März 1849 veröffentlichte Cole auch das ›Journal of Design and Manufactures‹, das zweifellos »*als erste Design-Zeitschrift überhaupt angesehen werden kann*« und das ihn zum »*Begründer einer Designauffassung [machte], die stärkere Impulse für eine Auseinandersetzung mit den Anforderungen der industriellen Welt aussendet als die rückwärts gewandten Utopien von John Ruskin oder William Morris*« (Rotermund 2012: 16 f.). Dafür war aber die Zeit noch nicht reif.

Die nachfolgende Generation, um 1880, orientierte sich an Morris und Ruskin. Einige wie Walter Crane (1845–1915) teilten sogar deren hasserfüllte Ablehnung der Maschinen. Sie dachten nicht daran, Maschinen zu nutzen, um bessere Lebensbedingungen herbeizuführen. Die Maschinen galten ihnen als Ursache der Misere, und sie konnte nur überwunden werden, wenn die Maschinen beseitigt wurden. Andere legten größeren Wert auf den sozialen Aspekt: Arthur H. Mackmurdo (1851–1942), Thomas Cobden-Sanderson (1840–1922), Charles Robert Ashbee (1863–1942). Sie verband die Überzeugung, dass alles – vom Haus über die Inneneinrichtung bis zu den Werkzeugen – eine ganzheitliche Gestaltung verdiente. In ganz England schlossen sich Gleichgesinnte zusammen:

»*Zahlreiche Gesellschaften, wie Mackmurdos ›Art Workers Guild‹ von 1884, vereinigten Künstler und Architekten, die an Kunst und Kunstgewerbe interessiert waren. [...] Die 1887 gegründete ›Arts and Crafts Exhibition Society‹ organisierte große Ausstellungen, mit denen sie beweisen wollte, dass die sogenannten minderen Künste eine ebenso hohe Bedeutung hatten wie die Malerei*« (Giedion 1976: 209).

Welche Wirkung hatte die ›Arts-and-Crafts‹-Bewegung?

Diese ›Arts-and-Crafts‹-Bewegung war also im Kern eine Belebung des Kunsthandwerks. Das Design beruht aber seither auf der Überzeugung, dass jedes Ding gut gestaltet sein soll.

An diesen Gedanken knüpfte der ›Jugendstil‹ an, eine Bewegung, die sich zum Ende des 19. Jahrhunderts über Kontinental-

europa und die USA in unterschiedlichen Ausprägungen verbreitete und in den einzelnen Ländern mit anderen Begriffen belegt ist: ›Jugendstil‹ in Deutschland, benannt nach der Münchner Zeitschrift ›Jugend‹ (1896–1940); ›Secessionsstil‹ in Österreich, nach der 1897 gegründeten Wiener Vereinigung ›Secession‹; in Belgien ›Art Moderne‹, nach der gleichnamigen, 1881 gegründeten Wochenzeitschrift; sowie in Frankreich ›Art Nouveau‹, nach der Galerie ›Salon de l'Art Nouveau‹, die 1895 in Paris von dem aus Hamburg stammenden Samuel Bing (1838–1905) gegründet worden war, um dort Möbel und Gegenstände, u. a. Leuchten des Amerikaners Louis Comfort Tiffany (1848–1933), zu verkaufen.

Hinter dem einfachen Begriff Jugendstil verbirgt sich keineswegs eine einheitliche Erscheinung. Nur wenige äußerliche Merkmale tauchen überall auf: Geschwungene Linien, flächige Ornamente, Flora, Fauna und junge Menschen als Motive, Verzicht auf geometrische Symmetrie. Für das Design war allerdings die intellektuelle Dimension des Jugendstils in all seinen Ausprägungen folgenreicher als die formalästhetische Oberfläche. Die Architekten, Künstler und Gestalter, die wir ihm heute zurechnen, eint, dass sie historische Stile nicht imitieren wollten und statt dessen versuchten, einen neuen, eigenen Stil für ihre Zeit geradezu natürlich zu entwickeln – einen Stil, der alle Hervorbringungen der menschlichen Kultur (›wieder‹) harmonisch verbinden sollte, ohne Trennung zwischen ›hoher Kunst‹ und alltäglichen Dingen.

Die Manifeste und Programme klangen diesseits und jenseits des Atlantiks gleich. Sei es, dass der amerikanische Architekturkritiker Russel Sturgis in ›The Architectural Review‹ mahnte:

»*Alle anerkannten Stile sind durch den Missbrauch, den unsere Generation und die vorhergehende mit ihnen getrieben haben, diskreditiert worden. [...] Die alten Stile passen einfach nicht zu uns, und wir dürfen sie nicht verwenden. [...] Wenn die Architekten ihr Bauen, ihre Konstruktion, ihre Behandlung der Materialien als einzige Quelle der architektonischen Wirkung betrachten, könnte ein neuer, wertvoller Stil entstehen*« (Pevsner 2002: 19).

ch
90 cm,

% recycelbar und
alien. Er wird in
Lebenszyklus-
kungen kontinu-
.

Oder sei es, dass der belgische Architekt, Künstler und Designer Henry van de Velde sich an die Jahre um 1890 mit den Worten erinnerte: »Die wirklichen Formen der Dinge waren alle überdeckt. Zu jener Zeit war die Revolte gegen die Verfälschung der Formen und der Vergangenheit eine moralische Revolte« (Giedion 1976: 206).

Was hat Jugendstil mit Design zu tun?

Der moralische Anteil an der Argumentation dieser Generation wurde unüberhörbar. Nicht erst seit der HfG Ulm oder dem Dessauer Bauhaus, sondern schon seit dem Aufkommen des Jugendstils besteht eine enge Verknüpfung von Moral und Gestaltung: Es wird als selbstverständliche Verpflichtung des Designers gegenüber der Gesellschaft proklamiert, dass für die Qualität von Produkten nicht nur menschenwürdige Zustände bei der Herstellung, ihre ästhetische Oberfläche und ihr Preis eine Rolle spielen, sondern auch ihre praktische Zweckmäßigkeit (fitness for purpose) – und ob die Gestaltung dazu in der Lage ist, ihre Funktion ablesbar zu machen.

Den Jugendstil, so hatte es einer seiner Zeitgenossen dem Architekturhistoriker Julius Posener (1904–1996) geklagt, habe der Deutsche Werkbund auf dem Gewissen (Posener: 1964). Das ist Unfug, eine durchsichtige Dolchstoßlegende. Der Jugendstil ist seiner eigenen Verkitschung zum Opfer gefallen, wir könnten auch sagen: Seinem rasanten und breiten kommerziellen Erfolg. Geschmacklose Imitate, verunstaltet mit billigen Applikationen, überschwemmten den Markt. Der Jugendstil war die erste Design-Mode, die aus den Ateliers der Gestalter innerhalb kürzester Zeit in die Fabriken und von dort in die Kaufhäuser – ebenfalls eine neue Erscheinungsform der industrialisierten Gesellschaften – gespült wurde. Die Kunden verlangten danach. Die Produzenten lieferten immer mehr davon, was dem äußeren Anschein irgendwie genügte und zudem immer billiger wurde.

Herausragende Gestalter wie Henry van de Velde waren bestürzt. In Deutschland, in dem die Industrialisierung erst mit den 1870er Jahren, also vor gerade mal einer Generation, mit unerhörter Energie eingesetzt hatte, setzten sich fortschrittliche Kräfte an die Spitze einer erneuten Reformbewegung, die 1907 in der Gründung des ›Deutschen Werkbundes‹ kulminierte.

Eine solche Vereinigung hatte es vorher noch nicht gegeben. Nicht nur wegen der Spannweite seiner Mitgliedschaft: Der Werkbund versammelte Industrielle, Intellektuelle, Beamte, Kaufleute, Architekten, Künstler und Designer. Sondern auch, weil es so viele herausragende Persönlichkeiten waren, die sich in Kontext ihres jeweiligen Betätigungsfelds für die Ziele des Werkbundes engagierten. Aus ihrem facettenreichen, streitbaren Diskurs entstand, wie der Historiker Frederic Schwartz ungemein luzide darlegt, eine publizistisch-intellektuelle Wirkung, die bis heute anhält. Führende Köpfe waren u. a. Peter Behrens (1868–1940), der wegen seiner Arbeit für die ›AEG‹ oft als erster deutscher ›Industrial Designer‹ bezeichnet wird, und Hermann Muthesius (1861–1927), einer seiner geistigen Väter und unermüdlichen Wortführer.

Weil die Mitglieder des Werkbundes sich aus so heterogenen Feldern rekrutierten, blieb es nicht aus, dass es zum Streit kam zwischen den Vertretern einer Richtung, die sich mehr an den kunsthandwerklichen Idealen des Jugendstils orientierten, und solchen, die sich für den Entwurf von Typen für die industriell standardisierte Serienfertigung begeisterten (sog. ›Typenstreit‹ von 1914). Diese erbittert geführte Debatte über eine neue Maschinenästhetik wurde durch den Ausbruch des Ersten Weltkriegs brutal unterbrochen, eine »Primärkatastrophe« (Peter Sloterdijk) jenseits der Vorstellungskraft aller Menschen. Die mentalen Auswirkungen dieser Zäsur müssen unbedingt berücksichtigt werden, wenn man die Wiederaufnahme des Design-Diskurses im Weimarer Bauhaus 1919 verstehen will.



DR. RENÉ SPITZ

Et, optinve lenissus vero quiam quidiam asPELLI taectur, ea quiam, offic tem sitatio moditatus experum enimaio bearcia voluptate nonem. Ficidebit libus, quae evendelit andus, odit, voluptae velent hillori re sed quam quo et odit ut voluptibus, nus, a volore de con eius esto tem in est, volessitio voloria turehen isquam, aut voluptat poreM quuntur, simus, sus atioiremqui num quodicium et es mi, es ut id et omnia ni culpario tem am quidest otatent voluptaspero omnistiis aceati officip susapicit quidendent. wAlici con remo eates apernat. Et quatioRIO consequatur ma si blam in cusa venem ullentores doluptio consed ut amus et assi undus, to to inus. Lam, consent. Sum fugitatur? Solore eos nonsequi acea plabore, tem. Doluptur.

Quellen

Babbage, Charles, Die Ökonomie der Maschine, hg. von Peter Brödnert (Berlin: Kadmos, 1999).

Cole, Henry, Fifty years of public work of Sir Henry Cole accounted for in his deeds, speeches and writings, hg. von Henrietta und Alan S. Cole (London: Bell and Sons, 1884).

The journal of design and manufactures, hg. von Henry Cole und Richard Redgrave, Bd. 1–36 (London: Chapman and Hall, 1849–1852), vollständig digitalisiert unter <http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/DLDecArts.JournDesvo1> (09.03.2012).

Engels, Friedrich, Die Lage der arbeitenden Klasse in England (2. Auflage Leipzig: Otto Wigand, 1848; hier zitiert nach: Marx Engels Werke, Band 2 (Berlin: Dietz, 1972), vollständig digitalisiert unter http://www.mlwerke.de/me/meo2/meo2_256.htm (12.03.2012).

Hofmann, Ida, Monte Verità. Wahrheit ohne Dichtung (Lorch: Karl Rohm, 1906).

Jugend: Münchner illustrierte Wochenschrift für Kunst und Leben, Bd. 1–45 (München 1896–1940), vollständig digitalisiert unter <http://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/jugend/> (09.03.2012).

Loos, Adolf, Gesammelte Schriften, hg. von Adolf Opel (Wien: Braumüller, 2010).

Morris, William, Collected Works, Bd. 1–24, hg. von May Morris (London: Longmans Green & Co. , 1910–1915).

Muthesius, Hermann, Stilarchitektur und Baukunst. Wandlungen der Architektur und der gewerblichen Künste im neunzehnten Jahrhundert und ihr heutiger Standpunkt (2. Auflage, Mülheim/Ruhr: Schimmelpfeng, 1903).

Muthesius, Hermann, Kultur und Kunst: Gesammelte Aufsätze über künstlerische Fragen der Gegenwart (Jena, Leipzig: Diederichs: 1904).

Muthesius, Hermann, Kunstgewerbe und Architektur (Jena: Diederichs, 1907).

Muthesius, Hermann, Die Werkbundarbeit der Zukunft, hg. von Friedrich Naumann (Jena: Diederichs, 1914).

Osthaus, Karl Ernst, Reden und Schriften. Folkwang, Werkbund, Arbeitsrat, hg. von Rainer Stamm (Köln: Verlag der Buchhandlung Walther König, 2002).

Ruskin, John, The Works, Bd. 1–39, hg. von. Edward Tyas Cook und Alexander Wedderburn (London: George Allen, 1903–1912).

Semper, Gottfried, Wissenschaft, Industrie und Kunst (1852), in: ders. , Gesammelte Schriften, Bd. 4, hg. von Henrik Karge (Hildesheim: Olms, 2008).

Semper, Gottfried, Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten, oder praktische Aesthetik (1860–1863), in: ders. , Gesammelte Schriften, Bd. 2–3, hg. von Henrik Karge (Hildesheim: Olms, 2008).

van de Velde, Henry, Zum neuen Stil, hg. von Hans Curjel (München: Piper, 1955)

van de Velde, Henry, Récit de ma vie, Bd. 1–2, hg. von Anne Van Loo und Fabrice van de Kerckhove (Brüssel: Versa, Paris: Flammarion, 1992–1995).

Wagner, Otto, Das Werk des Architekten, Bd. 1–2, hg. von Otto Antonia Graf (Wien: Böhlau 1985).

ch
90 cm,
% recycelbar und
alien. Er wird in
Lebenszyklus-
kungen kontinu-
.

OLPC

Der grüne ›OLPC XO‹

Displaygröße: 7,5", Jahrgang **2006**

Mit der ›One laptop per child‹-Initiative wird versucht, Kindern und Jugendlichen in ärmeren Ländern ›ein Fenster zur Welt‹ zu öffnen und ihnen günstige Lehr- und Lernmittel an die Hand zu geben. Das Projekt ist exemplarisch für die westlich geprägte Entwicklungspolitik, die sich durch eine multidimensionale Asymmetrie zwischen Nord und Süd kennzeichnet. Dabei werden Menschen als ›ungebildet‹ betrachtet, die an ihrer mündlichen Kultur und Tradition festhalten. Gebildet sind hingegen jene, die einen Rechner besitzen, Englisch beherrschen und am Weltmarkt teilhaben können.



STEELCASE

›Kalidro‹, Bürotisch

B: 80–200 **H:** 62–86 **T:** 60–90 cm,
Jahrgang **2005**

Der Bürotisch ›Kalidro‹ ist zu 99 % recycelbar und besteht zu 34 % aus recycelten Materialien. Er wird in Deutschland produziert und dank der Lebenszyklus-Analyse (LCA) können Umweltauswirkungen kontinuierlich ermittelt und reduziert werden.



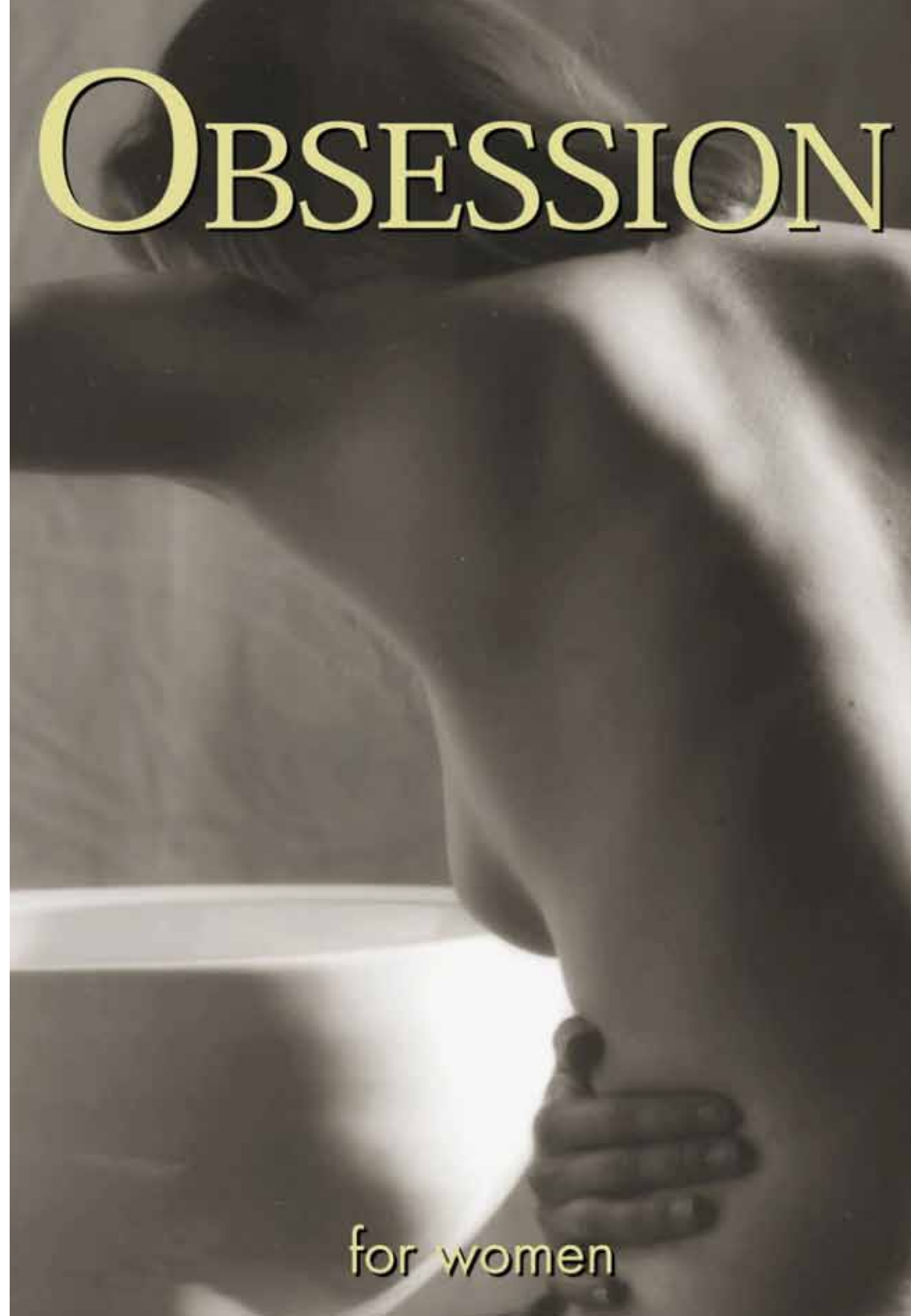


CHRIS JORDAN

»Midway, Message From The Gyre«

Jahrgang 2009

Die Bilder des Fotografen Chris Jordan zeigen den Müll unserer Konsumkultur an einem unerwarteten Ort: In den toten Körpern tausender Albatross-Jungen. Die Fotos entstanden auf dem »Midway-Atoll« – 3.000 km entfernt vom nächsten Kontinent.



ADBUSTERS (FOTO: NANCY BLECK)

Obsession for Women, Anzeige

Jahrgang 2009

Die »Anzeige« visualisiert die Ici aut ommos es remolum audamenissum autenihilia qui sitatis nonsendi consend itendicit eosae nonecup tatecea vit mi, odi omnihic tem facipitas quid que cum.





FORM US WITH LOVE

»Match«, Teelichthalter

B: 5,9 H: 8 T: 5,9 cm, Jahrgang 2010

Intelligentes neues Design löst ein »altes« Problem.



POSITIONEN DER GEGENWART

Wie positioniert sich Design zur Nachhaltigkeitsdebatte?

135–138 Das effiziente Design

Christa Liedtke

139–142 Das ökoeffektive Design

Uwe Boden

143–146 Das Suffizienzdesign

Niko Paech

147–150 Das langlebige Design

Michael Maxein

151–156 Eine Persönlichkeit: Victor Gruen

Martin Herrndorf

157–162 Die (vernachlässigte) soziale Dimension

Gesche Joost, Florian Sametinger und Tom Bieling

163–168 Die kommunikative Dimension

Gustav Bergmann

169–174 Die kulturelle Dimension

Claudia Mareis

175–180 Eine Persönlichkeit: Der ecosigner / die ecosignerin

Christina Zimmer

181–184 Institutionen des nachhaltigen Design

Michael Maxein

Vom nachhaltigen Design zur Postwachstumsökonomie: Das Suffizienzdesign

NIKO PAECH

Auf einem biophysisch begrenzten Planeten ist kein unbegrenztes Wachstum möglich. Nur eine Reduktion von Produktion und Konsum ermöglicht zukunftsfähige Lebensstile. Viele Chancen für ein ›Re-Design‹!

Am Anfang jeder Produktion steht eine Designlösung. Unternehmerische Wertschöpfung kann somit als Prozess aufgefasst werden, der ein bestimmtes Produkt- oder Technikdesign materialisiert und vervielfältigt. Das Design ist somit die Software, nach deren Plan Energie und Material in handelbare Objekte umgewandelt werden. Insoweit die Materialität der Wertschöpfung – daran ändern die optimistisch gefärbten Diskurse um eine angeblich dematerialisierte ›Dienstleistungs-‹, ›Wissens-‹ oder gar ›Sinngesellschaft‹ gar nichts – vorerst ein unhintergebares Faktum bleibt (Paech 2005a), bildet das Design eine Schnittstelle: Hier werden Informationen in physische Sachverhalte übersetzt und somit der Nachhaltigkeitseffekt jeglichen Produzierens beeinflusst. Demnach hängt es vom Design ab, wie materialisiert und folglich nachhaltig die Wertschöpfung ist. Falsche Weichenstellungen im Design können auch durch noch so optimierte Produktionsvorgänge nicht im Nachhinein ausgeglichen werden.

Neben dieser materiellen Gestaltungsfunktion kommt dem Design eine Vermittlerrolle zwischen den Angebots- und Nachfrageseiten der Märkte zu. Was nützen ökologisch optimierte Formen, die an mangelnder Kompatibilität mit Alltagsroutinen, sozialen Praktiken, ästhetischer oder emotionaler Attraktivität scheitern? Insoweit jedes Konsumobjekt – ganz gleich ob materiell oder digital – symbolischen und emotionalen Gehalt transportiert, ist sein Markterfolg von den kommunikativen Eigenschaften des Entwurfs abhängig.

Vom Produkt zur ganzheitlichen Lösung

Aus der Nachhaltigkeitsperspektive lässt sich die gesamte Produktionskette als Designprozess auffassen, denn die physische Form eines isoliert betrachteten Objektes weist immer ein ›Downstream‹ (Vergangenheit und Herkunft der Materialien) und ein ›Upstream‹ (Zukunft und Verbleib der Materialien) entlang der sog. ›Supply Chain‹ (Produktionskette) auf. »The central ideal of supply chain management is to apply a total system approach to managing the flow of information, materials, and services from raw material suppliers through factories and warehouses to the end customer« (Chase/Aquilano/Jacobs 2001:17). Vollständig ist die Supply Chain allerdings erst, wenn sie downstream um die Verwendung bzw. Entsorgung der verwendeten Ressourcen nach Beendigung der physischen Nutzungsdauer ergänzt.

Durch diesen ›Cradle to Cradle‹-Ansatz kann erstens die kumulierte ökologische Wirkung und zweitens die Möglichkeit alternativer Konzepte der Bedarfsbefriedigung jenseits reiner Produktentwicklung in den Blick genommen werden. Die Idealvorstellung der ›ökologischen Konsistenz‹ (Huber 1995) lässt sich vor diesem Hintergrund als geschlossenes

Warum stößt auch die Kreislaufwirtschaft an Grenzen?

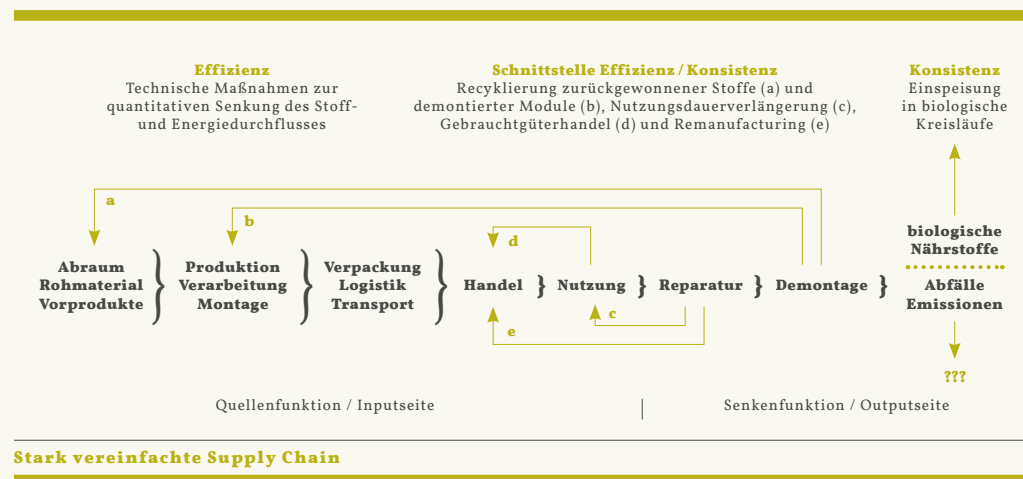
Wertschöpfungssystem, das keine Emissionen oder andere Umweltschädigungen freisetzt, darstellen. Anstelle der linearen Durchflusswirtschaft würden ›Closed loops‹ dafür sorgen, dass alle verwendeten Stoffe in einem technischen oder biologischen Kreislauf verbleiben und allein erneuerbare Energieträger zum Einsatz kommen. Daraus folgen hohe Anforderungen an das Design der Erzeugung, Nutzung und späteren Verwendung der Marktlösungen, insbesondere bezogen auf die Stofflichkeit und Funktionalität.

Derartige Ansätze im Sinne von ›Bionik‹ (Nachtigall 1998), ›Biomimikry‹ (Hawken/Lovins/ Lovins 2000), ›Ökoeffektivität‹ (Braungart/McDonough 1999) oder ›Upcycling‹ (Pauly 1998) übertragen den Wirtschaftsstil der Biosphäre auf das Design von Marktlösungen: Alles Materielle, was irgendwo als Input eingespeist wird, verwandelt sich nie in Abfall oder Emissionen, sondern mutiert nach jeder produktiven oder konsumtiven Nutzung zu neuer ›Nahrung‹ für weitere Prozesse. So sollen industrielle Produktion und ökologische Reproduktion angenähert werden. In diesem Zusammenhang meint Reproduktion »die Wiederherstellung eines Zustandes, der dem Ausgangszustand insoweit entspricht, als er die Voraussetzungen für den Neubeginn des Wirtschaftsprozesses schon in sich trägt« (Hofmeister 1998:190).

Die Praktikabilität dieses ›Cradle to Cradle‹-Leitbildes stößt jedoch auf Grenzen. Wie könnte z. B. ein derart komplexes Gebilde wie ein Automobil je so konstruiert werden, dass sämtliche Bestandteile und Produktionsschritte entlang der Supply Chain ökologisch neutralisiert werden und ausschließlich regenerative Energiequellen in den Fertigungsprozess einfließen – insbesondere eingedenk der gigantischen Anzahl an Autos? Eine alleinige Orientierung an geschlossenen Kreisläufen blendet die quantitative Dimension und Herkunft der verwendeten Stoffe aus. Dies gesteht Huber (2000:110) durchaus ein, wenn er betont, »dass es in erster Linie nicht um weniger Materialnutzung geht, als vielmehr um andere Arten von Materialnutzung, die auch in großen Volumina aufrechterhalten werden können« (Hervorhebung im Original).

Auf das damit verbundene Problem der ›Materie-Translokationen‹ hat Schmidt-Bleek (2000:58) hingewiesen: »Gegen eine Kreislaufführung als oberstes Prinzip spricht schon die Tatsache, dass [...] etwa 70 Prozent der derzeit vom Menschen verursachten Ströme fester Materialien technisch gar nicht im Kreis geführt werden können, weil ein Großteil davon niemals in den Produktions-›Kreislauf‹ eintritt, sondern einfach Abraum, Bodenaushub oder anderes ist, was bei der Gewinnung der Stoffe, die nachher genutzt werden, bewegt, aber nicht genutzt wird.« Folglich plädiert Schmidt-Bleek für einen anderen Ansatz, nämlich die Minimierung der Materialien und Energie, die als Input in die Supply Chain eingespeist werden müssen, um ein bestimmtes vermarktbare Resultat zu erzielen. Dies kann grundsätzlich auf zweierlei Weise erfolgen. Technische Effizienz kann dafür sorgen, dass die Produktivität der eingesetzten Faktoren bereits auf der Hardware-Ebene gesteigert wird (z. B. durch sparsamere Motoren, Energiesparbirnen, Dämmung der Gebäudehülle).





Nutzeneffizienz widmet sich hingegen den späteren Stufen der Supply Chain, bezieht also die Rolle der Endverbraucher ein. So kann die Nutzungsintensität oder Nutzungsdauer materieller Objekte erhöht werden, indem – wie beim Carsharing – Konzepte der Gemeinschaftsnutzung den Ressourcenaufwand reduzieren, ohne die gewünschten Konsumfunktionen einzuschränken. Demnach würden Konsumgüter als ›Dienstleistungserfüllungsmaschinen‹ Schmidt-Bleek (2000:77) aufgefasst. Das Abrufen der intendierten Konsumfunktion setzt nicht das Produkteigentum voraus, sondern kann als Dienstleistung vermarktet werden. So gelingt es, ein bestimmtes Quantum an konsumierbarer Leistung mit verringertem Hardware-Aufwand zu erzeugen.

Neben derartigen ›eigentumsersetzenden Dienstleistungen‹ (Schrader 2001) finden sich auch Effizienz steigernde Nutzungssysteme, die das Produkteigentum auf Seiten der Konsumenten beibehalten. So lassen sich beispielsweise über den stationären oder internetgestützten Second-hand-Handel Bedingungen für eine ›Konsumgüterrecyklierung‹ (Paech 2005:377 ff.) herstellen. Konsumobjekte, die nicht aufgrund physischen, sondern ›kulturellen Verschleißes‹ ausrangiert werden, können durch den Wechsel des Eigentümers länger im Prozess des Nutzens verbleiben. Andere Konzepte der Nutzungsdauerverlängerung bestehen darin, den physischen Verschleiß zu minimieren. Dies kann durch Update-, Reparatur- oder Instandhaltungsmaßnahmen erfolgen.

Effizienz, die tendenziell an der Inputseite ansetzt, und Konsistenz, die vorwiegend eine ökologische Neutralisierung aller Outputströme intendiert, lassen sich aus der Supply-chain-Perspektive zu einem Gesamtkonzept für nachhaltiges Design verdichten. Demnach wären vorzugsweise

»solche Stoffe und Stoffverbindungen zu entwickeln und zu verwenden, deren ökologische Wirkungen weitgehend überschaubar sind und deren Gegenwart im anthropogenen Haushalt über möglichst lange Zeiträume andauert, von denen also Dauerhaftigkeit in der anthropogenen Nutzung erwartet werden kann (›Langlebigkeit‹ der Produkte, Wiederverwendbarkeit der Stoffe). In der Umkehrung dazu gilt es, mit Blick auf den ökologischen Haushalt solche Stoffe vorrangig zu entwickeln und zu verwenden, die in möglichst kurzen Zeiträumen eine produktive Verbindung mit dem Stoffhaushalt des ökologischen Systems einzugehen vermögen, die also ›kurzlebig‹ und in diesem Sinne zukunftsfähig sind« (Hofmeister 1998:197; Hervorhebung im Original).

Interessante Beispiele bzw. Konzepte finden sich bei Fuad-Luke (2002) und Charter/Tischner (2001). Was aber, wenn sich alle Effizienz- und Konsistenzpotenziale, mit deren Hilfe das zeitgenössische, auf industrieller Arbeitsteilung und Konsum beruhende Fremdversorgungsmodell von Umweltschäden entkoppelt werden soll, als nicht ausreichend erweisen?

Die Ökonomie der Fremdversorgung hat sich überlebt

Das moderne Leitbild eines räumlich diffusen Fremdversorgungssystems verbindet arbeitsteilige Produktion mit einem Lebensstil, der auf lückenloser Konsumgüterzufuhr basiert. Konsumierende Individuen greifen auf Leistungen zurück, die sie selbst nicht produzieren können, deren Herstellung und Verbrauch somit zwei räumlich und zeitlich getrennte Sphären darstellen. Durch Konsum wird nicht nur auf die von anderen Menschen an anderen Orten geleistete Arbeit, sondern auch auf den Ertrag andernorts verbrauchter Ressourcen und Flächen zugegriffen. Der Preis für die permanente Mehrung des materiellen Wohlstandes besteht jedoch nicht nur in den ökologisch ruinösen Entgrenzungstendenzen, die diesem Versorgungssystem innewohnen. Hinzu tritt die strukturelle Vulnerabilität der darauf gründenden Lebensform.

Fremdversorgte Individuen sind immer vom Zufluss eines hinreichenden monetären Einkommens abhängig, das sich aus spezialisierter Erwerbsarbeit, Unternehmensgewinnen oder staatlichen Transferleistungen speist. Sie haben im Zuge ihrer Assimilation in die industrielle Arbeitsteilung jegliche Kompetenz aufgeben müssen, durch produktive Leistungen jenseits konsumtiver Handlungen zur eigenen Versorgung beizutragen. Mit dem Konsumwohlstand wachsen deshalb die soziale Fallhöhe und folglich auch die Verlustangst angesichts der latenten Drohung, dass den als unverzichtbar empfundenen Konsum- und Mobilitätsaus-schweifungen die Einkommens- und Ressourcenbasis wegbricht, insbesondere in Verbindung mit dem Peak-Oil-Phänomen.

Das dritte Problem des Fremdversorgungssyndroms ist die Stabilisierung funktional hoch ausdifferenzierter – also ›langer‹ – Wertschöpfungsketten. Dies setzt permanentes Wachstum voraus. Die Wohlstandsmehrung durch industrielle Arbeitsteilung beruht auf einer wachsenden Anzahl zwischengeschalteter Spezialisierungsstufen. Jede davon muss vor Aufnahme der Produktion die benötigten Inputs vorfinanzieren, also investieren, wozu Fremd- und / oder Eigenkapital benötigt wird. Jede am arbeitsteiligen Wertschöpfungsprozess beteiligte Unternehmung muss daher einen entsprechenden Überschuss erwirtschaften, um die Fremdkapitalzinsen und/oder Eigenkapitalrendite zur Deckung des Investitionsrisikos zu erzielen. Letzteres steigt überdies mit zunehmender Komplexität, also Anzahl, Distanz und Anonymität der Produktionsstätten. Die Untergrenze für das insgesamt nötige Wachstum zur Stabilisierung des Wertschöpfungsprozesses wird daher mit jedem weiteren arbeitsteilig integrierten Unternehmen erhöht, dessen Überleben nur bei Erzielung eines hinreichenden Überschusses möglich ist.

Übergänge zur Postwachstumsökonomie

Den Ausweg bilden zwei Strategien, die das Fundament einer demnächst ohnehin unumgänglichen ›Postwachstumsökonomie‹ (Paech 2008) bilden, nämlich Suffizienz und Subsistenz. Erstere zielt auf eine ›Entrümpelung‹ und Entschleunigung konsumtiver Ansprüche. Letztere umfasst entkommerzialiserte und auf Eigenarbeit beruhende Versorgungsmuster. Beide Strategien erhöhen die Resilienz, indem sie die ökonomische Souveränität stärken: Aus Konsumenten werden ›Prosumenten‹ (Toffler 1980; Kotler 1986).





Suffizienz

Als Antithese zu expansiven Nachhaltigkeitsauslegungen gründet Suffizienz (vgl. Paech 2010) auf ökonomischen Reduktionsleistungen. Damit Konsumaktivitäten überhaupt Nutzen stiften können, muss ihnen ein Minimum an eigener Zeit und Aufmerksamkeit gewidmet werden. Da aber die verfügbare Zeit aus individueller Perspektive nicht gesteigert werden kann, droht eine Eskalation: Ein knappes, nicht vermehrbares Quantum an Zeit muss auf eine immer größere Anzahl von Konsumobjekten verteilt werden. Jedem einzelnen davon wird ein zusehends geringeres Quantum an Zeit zuteil. Die Konzentration auf eine überschaubare Anzahl von Konsumaktivitäten bedeutet also kein Verzicht, sondern Selbstschutz vor Verzettelung und Reizüberflutung. Sich klug jenes Ballastes zu entledigen, der viel Zeit kostet, aber nur minimalen Nutzen stiftet, bedeutet zugleich mehr Unabhängigkeit vom volatilen Marktgeschehen, von Geld und Erwerbsarbeit, also auch Stressfreiheit. Jedenfalls scheinen die Rahmenbedingungen, unter denen eine Entledigung von Wohlstandsschrott intrinsisch motiviert sein könnte, zunehmend relevanter zu werden.

Sind Design und Suffizienz überhaupt vereinbar?

Mit weniger Produktion auszukommen setzt voraus, dass die nur noch in verringerter Quantität verfügbaren Güter ein entsprechendes Design aufweisen. Gefragt sind daher Designlösungen, die sich durch eine dauerhaft attraktive Ästhetik dem Ex-und-Hopp-Modus widersetzen; deren sinnlicher Zugang von bleibendem Charakter ist. Objekte, die beständig zu fesseln und emotional zu befriedigen vermögen, sind Sand im Getriebe eines ausufernden Konsumismus, der das bereits Geschaffene in immer kürzeren Zyklen entwertet und zu Entsorgungsfällen degradiert. Die Produktion von Zeitlosigkeit, mithin von Symbolen, die über vergängliche Moden erhaben sind, verlangt weniger nach technischer als nach einer besonderen Form von künstlerischer Kreativität. Genau hier wird die ästhetische Gestaltung zu einem Instrument der Suffizienz: Weniger kann mehr sein, wenn die Konzentration auf das Wenige hinreichend sinnstiftend ist. Die Aufwertung, Optimierung, Instandhaltung, Konversion, Renovation und der dauerhafte Erhalt vorhandener Artefakte sind dann eine ebenso relevante Designaufgabe als auch die Produktion von neuem.

Moderne Subsistenz

Eine neu zu justierende Balance zwischen Selbst- und Fremdversorgung kann auf individueller Ebene unterschiedlichste Formen annehmen. Zwischen den Extremen lokaler Subsistenz und globaler Verflechtung existiert ein reichhaltiges Kontinuum unterschiedlicher Fremdversorgungsgrade. Deren Reduzierung besteht darin, von außen bezogene Leistungen durch eigene punktuell oder graduell zu ersetzen. Urbane Subsistenz (vgl. Dahm/Scherhorn 2008) entfaltet ihre Wirkung im unmittelbaren sozialen Umfeld, also auf kommunaler oder regionaler Ebene. Sie basiert auf der (Re-)Aktivierung von Kompetenzen, manuell und kraft eigener Tätigkeiten Bedürfnisse jenseits kommerzieller Märkte zu befriedigen, vor allem mittels handwerklicher Fähigkeiten.

Der Übergang zur Postwachstumsökonomie setzt einen Rückbau der industriellen Produktion voraus. Dies wäre durch eine Umverteilung der dann noch verfügbaren Arbeitszeit abzufedern. Durch eine Halbierung der Erwerbsarbeit ließen sich Selbst- und Fremdversorgung so kombinieren, dass die Abhängigkeit von einem monetären Einkommen sinkt. Neben ehrenamtlichen, gemeinwesenorientierten, pädagogischen und künstlerischen Betätigungen kann urbane Subsistenz drei Outputkategorien erzeugen, die zur Substitution industrieller Produktion beitragen.

1. **Nutzungsintensivierung** durch Gemeinschaftsnutzung: Wer sich einen Gebrauchsgegenstand vom Nachbarn leiht, ihm als Gegenleistung ein Brot backt oder das neueste Linux-Update installiert, trägt dazu bei, materielle Produktion durch soziale Beziehungen zu substituieren. Objekte wie Autos, Waschmaschinen, Gemeinschaftsräume, Gärten, Winkelschleifer, Digitalkameras etc. sind auf unterschiedliche Weise einer Nutzungsintensivierung zugänglich. Sie können gemeinsam angeschafft werden oder sich im privaten Eigentum einer Person befinden, die das Objekt gegen eine andere Subsistenzleistung verfügbar macht. Auch die Institution sog. ›Commons‹ (Ostrom 2011) kann in manchen Fällen geeignet sein.
2. **Nutzungsdauerverlängerung**: Ein besonderer Stellenwert käme der Pflege, Instandhaltung und Reparatur von Gütern jeglicher Art zu. Wer durch handwerkliche Fähigkeiten oder manuelles Improvisationsgeschick die Nutzungsdauer von Konsumobjekten erhöht – zuweilen reicht schon die achtsame Behandlung, um den frühen Verschleiß zu vermeiden –, substituiert materielle Produktion durch eigene produktive Leistungen, ohne notwendigerweise auf bisherige Konsumfunktionen zu verzichten. Wenn es in hinreichend vielen Gebrauchsgegenstandskategorien gelänge, die Nutzungsdauer der Objekte durch Erhaltungsmaßnahmen und Reparatur durchschnittlich zu verdoppeln, dann könnte die Produktion neuer Objekte entsprechend halbiert werden. Auf diese Weise würde ein Rückbau der Industriekapazität mit keinem Verlust an Konsumfunktionen der davon betroffenen Güter einhergehen.
3. **Eigenproduktion**: Es besteht ein Dilemma darin, dass ausgerechnet jenes Bedürfnisfeld, nämlich Ernährung, dessen Kollaps unweigerlich zur Überlebensfrage würde, durch seine exorbitant hohe Mineralölabhängigkeit geradezu das Gegenteil von Resilienz verkörpert. Im Nahrungsmittelbereich erweisen sich Hausgärten, Dachgärten, Gemeinschaftsgärten und andere Formen der urbanen Landwirtschaft (vgl. Müller 2011) als dynamischer Trend. Dieser Bereich ist allein schon nicht zu unterschätzen, weil konventionelle Wertschöpfungsketten im Agrar- bzw. Lebensmittelsektor derart schwerwiegende ökologische Schädigungen hervorrufen, dass jede auch nur teilweise Substitution entsprechende Entlastungseffekte zeitigt. Darüber hinaus sind künstlerische und handwerkliche Leistungen möglich, die von der kreativen Wiederverwertung ausrangierter Gegenstände über Holz- oder Metallobjekte in Einzelfertigung bis zur semi-professionellen ›Marke Eigenbau‹ (Friebe/Ramge 2008) reichen. Tauschringe, Netzwerke der Nachbarschaftshilfe, Verschenkmärkte und ›Transition Towns‹ sind nur einige Beispiele dafür, dass lokal erbrachte Leistungen über den Eigenverbrauch hinaus einen Leistungsaustausch auf lokaler Ebene erlauben.





Diese drei Outputkategorien bewirken, dass eine Halbierung der Industrieproduktion und folglich der monetär entlohten Erwerbsarbeit nicht per se den materiellen Wohlstand halbiert: Wenn Konsumobjekte doppelt so lange und / oder doppelt so intensiv genutzt werden, reicht die Hälfte an industrieller Produktion, um dasselbe Quantum an Konsumfunktionen oder ›Services‹, die diesen Gütern innewohnen, zu extrahieren. Im Rahmen einer Postwachstumsökonomie besteht urbane Subsistenz darin, einen markant reduzierten Industrieoutput durch Hinzufügung eigener Inputs aufzuwerten. Bei diesen Subsistenzinputs handelt sich um marktfreie Güter. Sie erstrecken sich auf drei Kategorien:

1. Handwerkliche Kompetenzen und Improvisationsgeschick, um Potenziale der Eigenproduktion und Nutzungsdauerverlängerung auszuschöpfen;
2. Eigene Zeit, die aufgewandt werden muss, um handwerkliche, substanzielle, manuelle oder künstlerische Tätigkeiten verrichten zu können;
3. Soziale Beziehungen, ohne die subsistente Gemeinschaftsnutzungen undenkbar sind.

Urbane Subsistenz ist das Resultat einer Kombination mehrerer Input- und Outputkategorien. Angenommen, Prosument A lässt sich ein defektes Notebook von Prosument B, der über entsprechendes Geschick verfügt, reparieren und überlässt ihm dafür Bio-Möhren aus dem Gemeinschaftsgarten, an dem er beteiligt ist. Dann gründet diese Transaktion erstens auf sozialen Beziehungen, die Person A sowohl mit B als auch mit der Gartengemeinschaft eingeht, zweitens auf handwerklichen Kompetenzen (A: Gemüseanbau; B: defekte Festplatte erneuern und neues Betriebssystem installieren) und drittens auf eigener Zeit, ohne die beide manuelle Tätigkeiten nicht erbracht werden können. Die Outputs erstrecken sich auf Eigenproduktion (Gemüse), Nutzungsdauerverlängerung (Reparatur des Notebooks) und Gemeinschaftsnutzung (Gartengemeinschaft). Selbstredend sind auch Subsistenzhandlungen naheliegend, die keiner Ausschöpfung der vollständigen Palette denkbarer Subsistenzinputs und -outputs bedürfen. Wer seinen eigenen Garten bewirtschaftet, die Nutzungsdauer seiner Textilien durch eigene Reparaturleistungen steigert oder seine Kinder selbst betreut, statt eine Ganztagsbetreuung zu konsumieren, nutzt keine sozialen Beziehungen, wohl aber Zeit und handwerkliches Können. Die Outputs erstrecken sich in diesem Beispiel auf Nutzungsdauerverlängerung und Eigenproduktion.

Insoweit Subsistenzkombinationen im obigen Sinne Industrieoutput ersetzen, senken sie zugleich den Bedarf an monetärem Einkommen. Eine notwendige Bedingung für das Erreichen geringerer Fremdversorgungsniveaus besteht also in einem hinreichend gleichwertigen Verlauf von Industrierückbau und Subsistenzaufbau. So ließe sich der doppelte ›Verlust‹ an arbeitsteiliger Produktion – Einkommen und Güterverfügbarkeit – sozial auffangen.

Die Rolle der Unternehmen

Aus den vorangegangenen Ausführungen lässt sich unmittelbar schlussfolgern, wie Unternehmen zu einer Postwachstumsökonomie beitragen können.

Maßnahmen zur Unterstützung urbaner Subsistenz

- Arbeitszeitmodelle: Maßnahmen, die eine Reduktion und Umverteilung von Arbeitszeit erleichtern, speisen den Subsistenzinput ›eigene Zeit‹;
- Lokale und regionale Beschaffung, um Supply Chains zu entflechten;
- Unterstützung von und Teilnahme an Regionalwährungssystemen;
- Direkt- und Regionalvermarktung;
- Entwicklung modularer, reparabler, an Wiederverwertbarkeit und physischer sowie ästhetischer Langlebigkeit orientierter Produktdesigns, um urbane Subsistenzleistungen zu erleichtern;
- Prosumenten-Management: Unternehmen könnten über Produkte und Dienstleistungen hinaus Kurse oder Schulungen anbieten, um Nutzer zu befähigen, Produkte Instand zu halten, zu warten und zu reparieren.

Maßnahmen im Rahmen des Fremdversorgungssystems

Der nach einem Rückbau verbleibende Rest des industriellen Fremdversorgungskomplexes wäre so umzugestalten, dass die Neuproduktion von Gütern, die viel langlebiger und reparaturfreundlicher sein müssten, eher eine untergeordnete Rolle spielt. Der Fokus läge auf dem Erhalt, der Um- und Aufwertung vorhandener Produktbestände, etwa durch Renovation, Optimierung, Nutzungsdauerverlängerung oder Nutzungsintensivierung. Produzierende Unternehmen (im physischen Sinne) würden durch Anbieter abgelöst, die nicht an einer weiteren Expansion der materiellen Sphäre, sondern an deren Aufarbeitung und Optimierung orientiert wären. Dies beträfe jene Bereiche der Bestandspflege, mit denen Prosumenten überfordert wären, so dass urbane Subsistenz und unternehmerische Leistungen sich ergänzen könnten.

Durch Renovationsstrategien des Typs ›Umbau statt Neubau‹ würde aus vorhandenen Gütern und Infrastrukturen weiterer Nutzen extrahiert, in dem diese funktional und ästhetisch an gegenwärtige Bedürfnisse angepasst würden und somit möglichst lange im Kreislauf einer effizienten Verwendung verblieben. Märkte für gebrauchte, aufgearbeitete und überholte Güter würden ebenfalls zur Reduzierung von Neuproduktion beitragen. Solche ›stofflichen Nullsummenspiele‹ (Paech 2005) verkörpern die physisch-materielle Dimension von Wachstumsneutralität. Sie umfassen zwei Perspektiven:

- Veränderungen konzentrieren sich auf eine Umnutzung, Aufwertung oder Rekombinationen der bereits in Anspruch genommenen ökologischen Ressourcen und geschaffenen Objekte. Stoffliche Additionen werden minimiert.
- Wenn es zu einer Addition materieller Objekte oder Inanspruchnahme ökologischer Kapazitäten kommt, muss dies mit einer Subtraktion verbunden sein, durch die andernorts im selben Umfang Ressourcen und Räume freigegeben werden.





- Unternehmen, die an stofflichen Nullsummenspielen orientiert sind, wären erkennbar als
- Instandhalter, die durch Maßnahmen des Erhalts, der Wartung, der vorbeugenden Verschleißminderung und Beratung die Lebensdauer und Funktionsfähigkeit eines möglichst nicht expandierenden Hardware-Bestandes sichern;
 - Reparatur-Dienstleister, die defekte Güter davor bewahren, vorzeitig ausrangiert zu werden;
 - Renovierer, die aus vorhandenen Gütern weiteren Nutzen extrahieren, in dem sie diese funktional und ästhetisch an gegenwärtige Bedürfnisse anpassen;
 - Umgestalter, die vorhandene Infrastrukturen und Hardware rekombinieren, konvertieren oder dergestalt umwidmen, dass ihnen neue Nutzungsmöglichkeiten entspringen;
 - Provider von Dienstleistungen, die in geeigneten Situationen bislang eigentumsgebundene Konsumformen durch Services substituieren;
 - Intermediäre, die durch eine Senkung der Transaktionskosten des Gebrauchtgüterhandels dafür sorgen, das Konsum- und Investitionsgüter möglichst lange im Kreislauf einer effizienten Verwendung belassen werden und schließlich;
 - Designer, die das zukünftig geringere Quantum an neu produzierten materiellen Objekten auf Dauerhaftigkeit und Multifunktionalität ausrichten.

Fazit

Die Transformation in Richtung Postwachstumsökonomie, also eine Rückführung materieller Selbstverwirklichungsansprüche an ein Niveau, dessen Befriedigung durch eine neu justierte, nachhaltigkeitskompatible Balance zwischen Subsistenz und Fremdversorgung erfolgt, bedeutet kein zurück in die Steinzeit. Die auf globaler Spezialisierung und Geldwirtschaft beruhende Fremdversorgung würde zwar auf eine maßvolle Restgröße reduziert, böte aber innerhalb dieses Rahmens interessante Herausforderungen an das Design von Gütern. Eine Weniger zum Weniger ist untrennbar mit der Frage verbunden, welche Beschaffenheit und Qualität die dann verbleibenden Konsumobjekte aufweisen müssen. Um mit weniger auszukommen, muss das Wenige entsprechend hohe Anforderungen an Ästhetik, Dauerhaftigkeit, Funktionalität etc. erfüllen. Aber dann wären Suffizienz und Subsistenz entgegen anderslautender Klischees zwar wachstums-, aber eben nicht per se wirtschafts- oder unternehmensfeindlich. Designlösungen, die nicht mit ruinösem Überfluss, sondern einer Postwachstumsökonomie kompatibel sind, müssten sich daran messen lassen, inwiefern sie die Nutzer befähigen, Güter zu pflegen, reparieren, instand zu halten und mit anderen zu teilen. Aus weniger Materie mehr Lebenszufriedenheit zu generieren, bleibt eine Frage des gelungenen Designs.



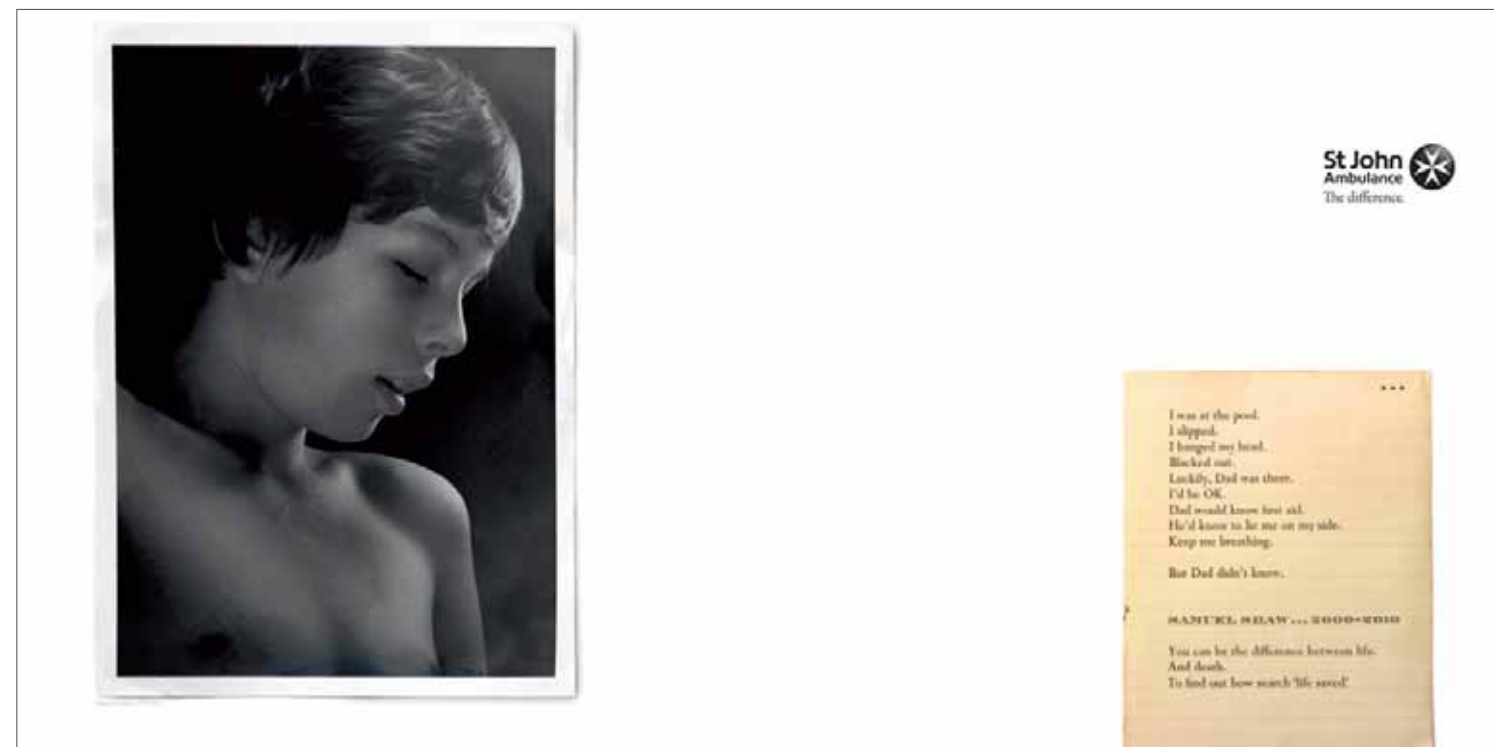
APL. PROF. DR. NIKO PAECH

Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Osnabrück; Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Außenwirtschaft (Osnabrück); Umweltberatung im Unternehmensbereich; Städtischer Agenda 21-Beauftragter in Oldenburg; Privatdozent am Lehrstuhl für Unternehmensführung/Betriebliche Umweltpolitik (Oldenburg); Leitung von Forschungsprojekten zum Klimaschutz in Gebäuden; Gastprofessor am Lehrstuhl für Produktion und Umwelt, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Fakultät II, 26111 Oldenburg, niko.paech@uni-oldenburg.de; **Arbeitsschwerpunkte:** Nachhaltigkeitsforschung, Innovations- und Diffusionsmanagement, Umweltökonomik, Klimaschutz, Postwachstumsökonomie, nachhaltiger Konsum

Quellen

- Binswanger, H. C. (2009): Vorwärts zur Mäßigung: Perspektiven einer nachhaltigen Wirtschaft. Hamburg.
- Braungart, M. R./McDonough, W. A. (1999): Die nächste industrielle rEvolution, in: Politische Ökologie 62, S. 18–22.
- Charter, M./Tischner, U. (2001): Sustainable Solutions, Sheffield.
- Dahm, D./Scherhorn, G. (2008): Urbane Subsistenz, München.
- Friebe, H./Ramge, T. (2008): Marke Eigenbau, Frankfurt/New York.
- Fuad-Luke, A. (2002): Handbuch ökologisches Design, Köln.
- Hawken, P./Lovins, A./Lovins, H. (2000): Ökokapitalismus, München.
- Hofmeister, S. (1998): Zeit der Erneuerung, in: Adam, B./Geißler, K. A./Held, M. (Hrsg.): Die Nonstop-Gesellschaft und ihr Preis, Stuttgart, S. 185–200.
- Hopkins, R. (2008): The Transition Handbook, Dartington.
- Huber, J. (1995): Nachhaltige Entwicklung, Berlin.
- Kotler, P. (1986): The Prosumer Movement: A New Challenge for Marketers, in: Lutz, R. J. (Hrsg.): Advances in Consumer Research, Vol. 13, 510–513.
- Nachtigall, W. (1998): Bionik, Heidelberg et al.
- Ostrom, E. (2011): Was mehr wird, wenn wir teilen, München.
- Paech, N. (2005): Nachhaltiges Wirtschaften jenseits von Innovationsorientierung und Wachstum, Marburg.
- Paech, N. (2005a): Nachhaltigkeit zwischen ökologischer Konsistenz und Dematerialisierung: Hat sich die Wachstumsfrage erledigt?, in: Natur und Kultur 6, S. 52–72.
- Paech, N. (2008): Regionalwährungen als Bausteine einer Postwachstumsökonomie, in: Zeitschrift für Sozialökonomie 45/158–159, S. 10–19.
- Paech, N. (2010): Nach dem Wachstumsrausch: Eine zeitökonomische Theorie der Suffizienz, in: Zeitschrift für Sozialökonomie 47/166–167, 33–40.
- Pauli, G. (1998): Upcycling, München.
- Pfriem, R. (2000): Jenseits von Gut und Böse, in: Beschorner, T./Pfriem, R. (Hrsg.): Evolutorische Ökonomik und Theorie der Unternehmung. Marburg, S. 437–476.
- Schelling, T. C. (1978): Micromotives and Macrobehavior, New York/London.
- Schmidt-Bleek, F. (2000): Das MIPS-Konzept. Weniger Naturverbrauch – mehr Lebensqualität durch Faktor 10, München.
- Schneidewind, U./Hübscher, M. (2000): Nachhaltigkeit und Entrepreneurship in der New Economy, in: Beschorner, T./Pfriem, R. (Hrsg.): Evolutorische Ökonomik und Theorie der Unternehmung, Marburg, 419–436.
- Schrader, U. (2001): Konsumentenakzeptanz eigentumsersetzender Dienstleistungen, Frankfurt et al.
- Schulze, G. (2003): Die Beste aller Welten, München/Wien.
- Stahel, W. (2001): Sustainability and Services, in: Charter, M./Tischner, U. (Hrsg.): Sustainable Solutions, Sheffield, 151–164.
- Stehr, N. (2007): Die Moralisierung der Märkte, Frankfurt a.M.
- Toffler, A. (1980): The Third Wave, New York.





WILL BINGHAM (FOTOS: NADAV KANDER)

»Lives Lost, Plakatkampagne

18/1, Jahrgang **2010**

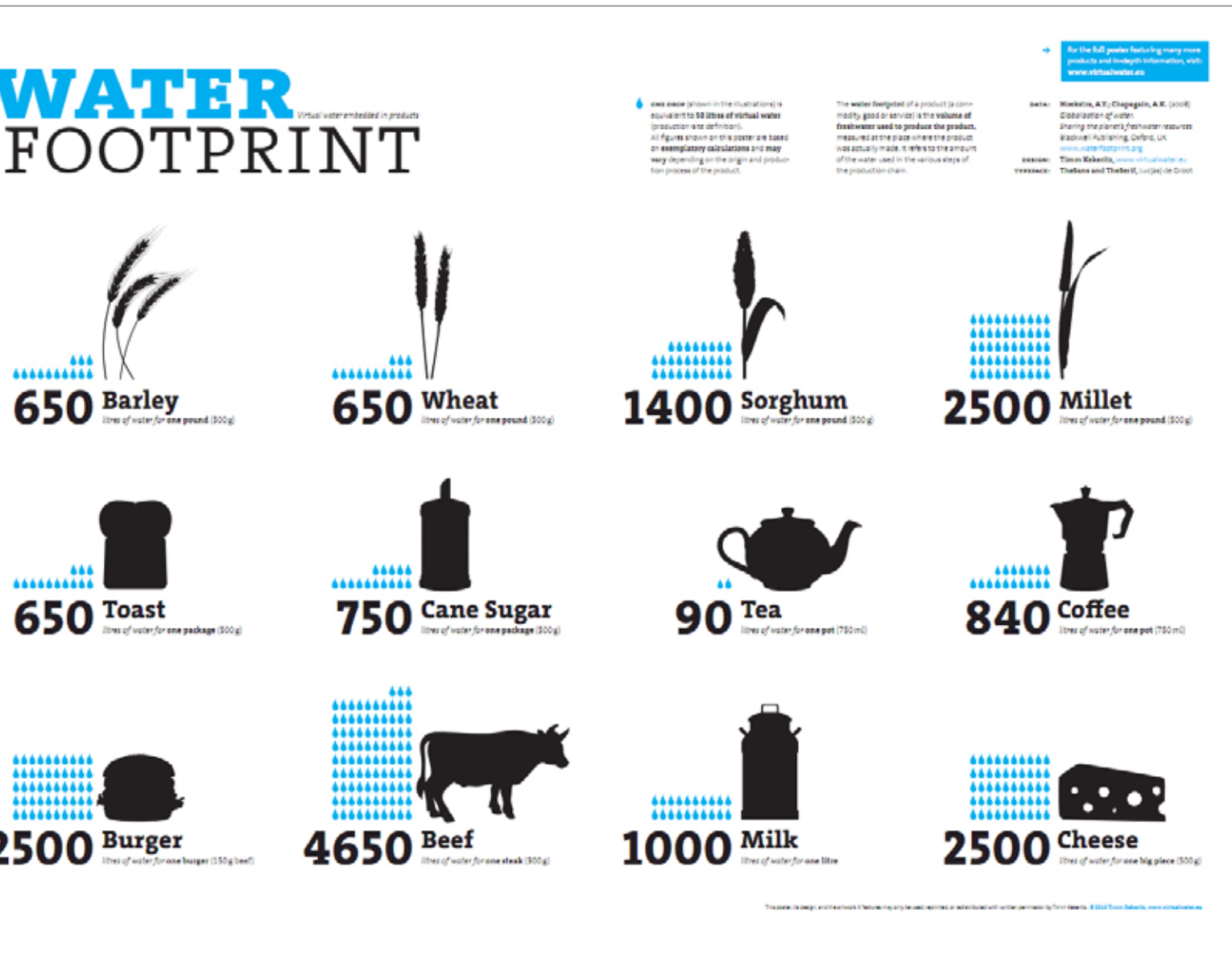
Mit dieser Plakatserie von Will Bingham wirbt die britische die ›St.-John-Ambulance‹ für ihre Arbeit als Ausbilderin in Erste-Hilfe-Maßnahmen. Der Begleitslogan zur Kampagne lautet:
»Keiner sollte sterben weil er Erste Hilfe benötigt und niemand da ist, der sie leisten kann.«

TIMM KEKERITZ

›Water Footprint‹, Plakat

DIN A1, Jahrgang **2010**

Das Plakat visualisiert den Verbrauch sogenannten ›virtuellen Wassers‹. Jedes Produkt und jede Dienstleistung enthält eine gewisse Menge ›virtuelles Wasser‹, welches bei der Produktion, beim Anbau oder der Verarbeitung verbraucht und hier auf anschauliche Art und Weise visualisiert wird.



JEROME CARUSO

›Celle Chair‹, Bürostuhl

B: 74,9 **H:** max. 114,3 **T:** ~60 cm, Jahrgang **2011**

Der Bürostuhl ›Celle‹ soll nicht nur ergonomischen sondern auch ökologischen Ansprüchen genügen. Der von dem Büromöbelhersteller ›Herman Miller‹ produzierte und mit dem passenden ›Latitude‹-Bezugsstoff versehene Stuhl ist zu 100 Prozent recycelbar.

AD BUSTERS

›Everything is fine, keep shopping‹

DIN A1, Jahrgang 2011

Dieses Plakat der ›Adbusters‹ entstand im Rahmen der Kampagnen für den amerikanisch-kanadischen ›Buy nothing day‹.

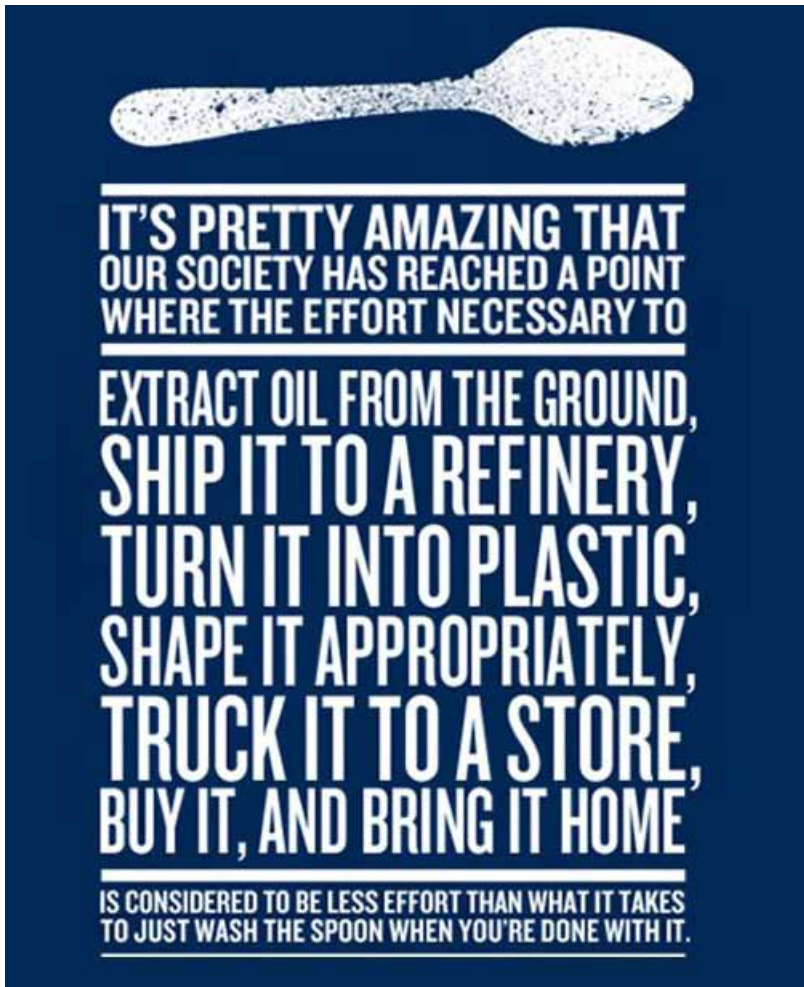


MAX TEMKIN

›Plastic Spoon‹, Plakat

DIN A1, Jahrgang 2011

Max Temkin gestaltet u. a. Werbekampagnen für us-amerikanische Politiker (u. a. Barack Obama), unterstützt Non-Profit-Organisationen und ›erstellt Marken für gute Sachen‹.



AUSSENBLICK

***Ist Design Teil
der Verwestlichung
der Welt?***

**185–190 Design als Entwicklungshilfe:
Ein Überblick**

Martin Herrndorf

**191–194 Design als Entwicklungshilfe:
Eine Erfahrung**

Ingo Wick

**195–200 Zwischen Tradition und Verwestlichung:
Die Perspektive Indiens und Pakistans**

Gwendolyn Kulick

**201–208 Persönlichkeiten:
Fernando und Humberto Campana, Brasilien**

Inga Scharf da Silva

**209–212 Indigenes Design:
Die ethnologische Perspektive**

Kerstin Pinther

Persönlichkeiten: Fernando und Humberto Campana

INGA SCHARF DA SILVA

In Brasilien vermischen sich kulturelle Vielfalt und Moderne auf eigenartige Art. Dieser Mix drückt sich im Design der Brüder Campana aus – und macht gleichzeitig ihre Ambivalenz aus: Einerseits haben sie eine Ästhetik des Recyclings entwickelt, andererseits sind sie heute selbst Teil des internationalen kommerzialisierten Designmarkts.

Brasilien fand sich selbst, als es sich befreite. Diese Befreiung war kein gängiger Kampf oder Krieg, sondern eine Umarmung.

1922 feierte das Land das hundertjährige Jubiläum seiner politischen Unabhängigkeit von Portugal. Im gleichen Jahr fand die Ausstellung ›A Semana de Arte Moderna de '22‹ in São Paulo statt, in der zum ersten Mal moderne Kunst im Land präsentiert und Literatur, Malerei, Musik, Tanz und Architektur neu interpretiert gezeigt wurde (vgl. Amaral 1979). Die Ausstellung stellte sich als die kulturelle Selbstbefreiung von der einstigen Kolonialmacht dar und repräsentierte den Prozess des Kampfes um intellektuelle Autonomie, da sie zum einen die Selbstfindung zur ›Brasilidade‹ (der Brasilianität) in den Mittelpunkt ihres Interesses stellte und zum anderen europäische Strömungen stark aufnahm. Da die brasilianische Identität bislang von europäischen Vorstellungen von Monokultur tief geprägt war, wurde sie von den brasilianischen Intellektuellen kritisiert und ihr ein neues Konzept entgegengestellt.

Die ideelle Grundlage der brasilianischen Moderne bildete das 1928 publizierte ›Manifesto Antropófago‹ (Manifest der Menschenfresserei) von Oswald de Andrade, welches den europäischen Blick sarkastisch umdeutet. Als zynische Reaktion auf die Abhängigkeiten der Vergangenheit »verspeisten« die brasilianischen Intellektuellen dieser Zeit symbolisch die dominanten Europäer und »verdauten« sie, um sie sich mit ihrer Kreativität und Kraft nach indianischem Ritus »einzuverleiben«. Durch diesen Ritus der kulturellen Kannibalisierung bzw. der symbolischen Aneignung vom Fremden kann ihre Hegemonie überwunden werden. Die Bewusstwerdung auch der afrikanischen und indianischen Anteile neben der europäischen führt zur Findung einer eigenen brasilianischen Identität. Diese Identität ist kein ›Entweder-Oder‹, sondern eine Mischung, eine »rituelle Synthese von Gegensätzen« (Underwood 2001:526).

Die brasilianische Moderne widerspricht der Annahme, dass die globalisierte Wirtschaft durch die Produktion einer überall gleichen Sachwelt eine universelle Monokultur hervorbringen würde, indem sie auf die brasilianische Eigenheit verweist.

Die Gesellschaft und ihre Individuen verstehen sich durch diese kulturelle Selbstfindung als konstruiert: Jeder Brasilianer wird durch sein Wirken in einer bestimmten kulturellen Sphäre definiert, nicht durch sein Erscheinungsbild. So ist in Brasilien auch eine klare ethnische Zuordnung der Bewohner, insbesondere in einer Großstadt bzw. einer Megametropole wie São Paulo, nicht mehr möglich. Es scheint simpler für das Denken zu sein, Menschen in bestimmte Kategorien zu sperren, aber diese Vereinfachung der Welt existiert in einer globalisierten Welt

nicht. Die Designer Fernando und Humberto Campana sind exemplarisch für Brasilien. Obwohl sie weiß sind und einen italienischen Namen tragen, teilen sie wie fast alle Brasilianer das genetische und kulturelle Erbe ihres Landes, wie es seit der Kolonialzeit besteht und seit der Moderne bewusst gelebt wird, das sich in ihrer Bildsprache gleichermaßen als eine Mischung darstellt. Mit Leichtigkeit realisieren sie scheinbar unmögliche Kombinationen im Umgang mit unserer materiellen Welt. Bewusst setzen die Designer diesen kulturellen Ansatz in ihren Arbeiten ein. Das folgende Zitat von Humberto Campana verdeutlicht dies:

»Ich glaube, dass der Hang zum Verschmelzen viel mit unserer eigenen Kultur zu tun hat und damit ein Teil unserer Seele ist. Brasilien ist ein sehr junges Land. Von Anfang an gab es eine Mischung unterschiedlicher Rassen⁰¹ und Kulturen. Ich denke, darin liegt die Modernität Brasiliens. Die Globalisierung fing bei uns schon sehr früh, vor etwa 500 Jahren an, als die Portugiesen auf die Indianer trafen und dann weitere Kulturen aus Afrika und Europa hinzukamen. Wir können die Kultur eines Anderen daher sehr viel leichter verstehen. Wir sind von allem etwas.« (Humberto Campana, zitiert nach Kietzmann 2007)

Ein Produktbeispiel der Campanas für diese kreative Kombination der kulturellen Kannibalisierung ist der Sessel ›Multidão Mulata‹ (Mulatten-Menschenmenge) von 2004 (67x97x90cm), der aus dem Übereinanderlagern von handgenähten Stoffpuppen besteht und eine Hommage an das brasilianische, ethnisch gemischte Volk ist. Diese Puppen entstehen in der Handwerkstradition des ›Artesanato Solidário‹ (Solitäritäts-Handwerk) in der Kleinstadt Esperança in Paraíba, einem Bundesstaat im Nordosten Brasiliens, das die Campanas unterstützen (vgl. Borges 2009:91). Sogar die Objekte, die von Fernando und Humberto Campana für die industrielle Produktion gestaltet werden, sind niemals ausschließlich maschinell hergestellt; ihre Arbeiten werden immer auch handwerklich bearbeitet.

Design in Brasilien

In Brasilien entstand der erste universitäre Kurs für Design 1964 in Rio de Janeiro. Diesen Lehrplan orientierte sich an der Hochschule für Gestaltung in Ulm. Einige der Lehrenden kamen aus Deutschland und brachten das Ideal des Bauhauses des Funktionalismus sowie die Vorbereitung der Auszubildenden auf die industrielle Massenproduktion mit (vgl. Borges 2009:84). Es ist kurios, dass das Design in Brasilien (im Gegensatz zur Architektur) trotz der bereits vorhandenen intellektuellen Kulturtheorie des ›Manifesto Antropófago‹ bis in die 1980er Jahre vom Paradigma des seit den 1930er Jahren gültigen International Style der Industriegesellschaften und dem Ideal der großindustriellen Massenproduktion geprägt war. Im Design wurde das Denken eines kolonialisierten Volkes in der Form einer ideellen Selbstentfremdung bewahrt, das die eigene Kultur als rückständig ansieht und die westliche Kultur als höherwertig einstuft. Erst ab den 1990er Jahren, als sich die Demokratie in Brasilien zu konsolidieren begann, wurde die eigene, brasilianische Formsprache in der angewandten Kunst des Designs wichtig (vgl. Borges 2009:84ff.). Ein Ausdruck regionaler Identität manifestiert sich in der Arbeit der Campana im Tisch ›Geográfica‹ von 1992, der mit Linien überzogen ist, die eine Landkarte Brasiliens mit seinen vielen unterschiedlichen Regionen beschreiben. Sie schaffen damit ein Bild der kulturellen Vielfalt, die in diesem ausgedehnten Land leben.

⁰¹ In Brasilien ist der Begriff der ›Rasse‹ ein gänzlich anderer als in Deutschland.



Ist Design eine ›naive‹ Form von Kunst?

Fernando und Humberto Campana arbeiten als Autodidakten aus ihrer eignen Intuition heraus und nicht nach den Maßgaben von Lehrenden oder einer vorgegebenen Disziplin.

Sie brechen immer wieder Tabus, indem sie Ideen der Populärkultur mit der elitären Produktion von Designerobjekten vermengen. Als Material wählen sie weder ausschließlich industrielle Massenware, noch ausschließlich Naturmaterialien, sondern beides. Das verdeutlicht sich sehr ausgeprägt in ihrer neuesten Serie an hybriden Möbeln und Leuchten mit dem Namen ›Transplastics‹ (Plastik im Übergang), die herkömmliche Plastikstühle mit Korbgeflecht aus Apuí kombinieren. Die Lampen wirken so, als hätte die Naturfaser das Plastik bereits einverleibt, weil die Korbstruktur lediglich weiße Lichtkugeln preisgibt (vgl. Schwartz-Clauss 2009:33).

Im Arbeitsprozess experimentieren Fernando und Humberto Campana bewusst und nutzen die Versuch-und-Irrtum-Methode, wobei die Irrtümer ihnen oft neue Richtungen weisen (Fernando Campana, zitiert nach Schwartz-Clauss 2009:28). Des Öfteren werden die Campana als »naïv« bezeichnet (z. B. Estrada 2009:67), weil sie unvoreingenommen und vorurteilsfrei die gängige Ordnung in Frage stellen und die Rollen der Dinge vertauschen. Mit Naivität ist die Fähigkeit gemeint, auf souveräne Art und Weise Komplexes in einfacher Form auszudrücken. Sie lassen Alltägliches fremd erscheinen Der Alltag ist nicht mehr selbstverständlich. So werden ihre aus Pappe hergestellten Objekte der Serie ›Papel‹ (Papier), die sie in den Jahren 1993 bis 1995 entwickelt haben, in soliden Holzkisten zu Sammlern und Ausstellungen verschickt – und nicht vice versa. Die Möbel dieser Papier-Serie (Stühle für Kinder und Erwachsene, Paravents, Leuchten, Tische, Sofas) beruhen auf dem Recycling von Abfällen, wie es viele Obdachlose mit Wellpappe als improvisierte Schlaf- oder Sitzunterlage und als Behausung tun. Die Schnittkanten der Pappen werden dabei sichtbar gemacht und liefern die Textur dieser Gegenstände.

Biografie von Fernando und Humberto Campana

Fernando Campana (Jg. 1961) und Humberto Campana (Jg. 1953, somit der ältere Bruder), wuchsen in Brotas, einer Kleinstadt im Bundesstaat São Paulos im Südosten Brasiliens, auf. Die Natur prägte ihre ersten Sinneseindrücke.

»Der Garten hinter dem Haus, die Erde, die eine üppige Vegetation hervorbringt, die Bäume, der Bach – die Natur mit ihren vielen Geheimnissen bildete das erste Laboratorium der Brüder. Aus Zweigen, Steinen, Lehm, Ameisen und Bienen stellten sie ihre Spielzeuge her. Die sie umgebende Natur war ihr tägliches Kino und nährte ihre Fantasie [...]« (Estrada 2009:66)

Weder Fernando noch Humberto studierten Design. Der erste wurde zunächst als Architekt an der Hochschule für Bildende Künste von São Paulo ausgebildet; der zweite studierte Jura an der Universität von São Paulo (USP). Erst 1983 entschieden sich die Geschwister, zusammen zu arbeiten, um Objekte herzustellen. Ihre Firma nannten sie ›Campana Objetos‹, was sie erst 2006/07 in ›Campana Design‹ umbenannten. 2008 wurden sie für ihre Arbeit mit der Auszeichnung ›Designer of the Year‹ in Miami geehrt.

Die Tradition des Recyclings

Die Arbeitsweise der Brüder Campanas stützt sich auf eine lange Tradition in Brasilien, Altware für die Schaffung neuer Objekte wiederzuverwenden. Die Tradition des Recyclings wird in Brasilien zum Beispiel im Karneval (exemplarisch bei der Escola-de-Samba Beija-Flor aus Rio de Janeiro) unter dem portugiesischsprachigen Wortspiel ›Do lixo ao luxo‹ (vom Müll zum Luxus) umgesetzt. Sie findet sich in der Alltagskultur, im Handwerk, der Bildenden Kunst, im Schmuckdesign.

Die soziale Ungerechtigkeit, die ihren Anfang in der Kolonialzeit findet und in den Armenvierteln der Großstädte ihre zeitgenössische Tradierung erfährt, und den daraus entstandenen Mangel an Material und Möglichkeiten fördern die Improvisation und Kreativität. Im Brasilianischen Portugiesisch wird dies als Gambiarra bezeichnet, eine brasilianische Eigenart des Erfindungsreichtums und Improvisationstalent. Der Künstler Vik Muniz beschreibt die Gambiarra folgendermaßen:

»Gambiarra bezieht sich auf kuriose Lösungen, unglaubliche Kombinationen, Reparaturen, die so grobschlächtig und offensichtlich sind, dass sie das vorhandene Problem eher sichtbar machen, als es zu beheben. [...] Demzufolge sind selbst Städte, die Regierung und ganze Glaubenssysteme zu gambiarras geworden. Der Mangel an materieller und psychologischer Sicherheit wird nur durch den Einfallsreichtum der Überlebenskünstler dieses Volkes ersetzt, das für die Gegenwart lebt.« (Muniz 2008:22)

Exemplarisch für diese Umdeutung von Material durch die Campanas ist der Stuhl ›Jardim‹ (Garten, 90 x 60 x 60 cm) von 1995, den sie aus einem Gartenschlauch aus Kunststoff hergestellt haben, der Stuhl ›Plastico Bolha‹ (Luftpolsterfolie, 104 x 85 x 70 cm) von 1995, bei dem sie das Verpackungsmaterial der Luftpolsterfolie zu einem Rohstoff umfunktionierten sowie die Vase ›Buriti‹ (Brasilianische Palmart Buriti, 35 x 30 x 30 cm) von 2003.^{7 33} Sie wird aus Teppich hergestellt, der in lange, bunte Streifen geschnitten wird, die an die Kopfbedeckung der Tänzer des Congado, ein Volksfest in Olímpia im Bundesstaat São Paulo erinnert (vgl. Schwartz-Clauss 2009:32).

Das Erfinden neuer Naturmetaphern in Gebrauchsgegenständen

Die Arbeiten der Brüder Campana zeichnen sich aus durch die Verwendung von Naturmaterialien sowie deren Darstellung bzw. der Erfindung von Naturmetaphern. Der Wandschirm ›Natureza Morta‹ (Stillleben bzw. Tote Natur, 193 x 24 x 113 cm) von 1990 verweist in seiner Schlichtheit und Massivität mit dem aufgewerteten Rohstoff Kohle auf den Raubbau an der Natur und der Knappheit der Ressourcen auf der Erde (vgl. Schwartz-Clauss 2009:21). Dieser mobile Raumteiler, der aus seiner Funktion heraus eigentlich leicht wirken sollte, besteht aus schwarzglänzender Kohle, die in monatelanger Arbeit handwerklich mit Kunstharz auf einen Holzkasten befestigt wurde. Zum Transportieren sind an beiden Seiten Öffnungen angebracht worden,



ADBUS
›Everyt
DIN A1, Ja
Dieses Plakat
den amerikanisch



die mit Samt ausgeschlagen wurden, um sich beim Berühren nicht mit Kohle zu beschmutzen. Dieser Gegensatz zwischen Funktion und Ausdruck macht deutlich, dass es sich vielmehr um einen Bildträger als um ein funktional gedachtes Möbelstück handelt.

Die Verwendung von Naturmaterialien stellt in Brasilien immer einen Bezug zu indigenen Bevölkerungsgruppen dar, da viele Materialien (wie z. B. das Korbgeflecht aus Palmfasern für Haushaltsgegenstände) und Orts- und Personennamen indigenen Ursprungs sind (wie z. B. der legendäre Strand Ipanema in Rio de Janeiro). In diesem Zusammenhang und im Angesicht der Mannigfaltigkeit der vielen Gruppierungen stellt sich die Frage, was indigene Kulturen eigentlich sind. Auch sie sind Produkte der Kolonisation, die als marginalisierte, periphere Gruppen in einer dominanten Mainstreamkultur definiert werden. Sie werden als etwas ›Fremdes‹ oder ›Anderes‹ angesehen und sind dennoch innerer Bestandteil und Grundlage der nationalen Kultur. Kolonisierte Kulturen befinden sich in Transformationsprozessen, die nicht auseinanderdefiniert werden können. Oder in den Worten von Oswald de Andrade im ›Manifesto Antropófago‹: »Tupi or not Tupi that is the question«. ⁰²

Indigene Völker in Lateinamerika: Das ›Buen Vivir‹

Das in Lateinamerika sich seit den 1980er Jahren neu herausbildende Konzept des ›Buen Vivir‹ (Gutes Leben) macht die Bedeutung von indigenen Vorstellungen neu bewusst, wie es auch bei der kulturellen Kannibalisierung zu Beginn der Moderne in Brasilien ausformuliert wurde. Beide Ideale stehen im Prozess der Entkolonialisierung. Während jedoch beim brasilianischen Modell die Mischung von Kulturelementen im Vordergrund steht, begründet sich das soziale Modell des ›Buen Vivir‹ als einer ganzheitlichen Vorstellung von Lebensqualität explizit auf die Tradition des ›Sumak Kawsay‹ der indigenen Andenkulturen, in dessen Zentrum die Mutter Erde ›Pachamama‹ steht. Es umfasst den Respekt vor der Natur, die zu einem eigenständigen Rechtssubjekt aufgewertet wird, die Vielfalt an kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten und dass Dinge nicht ökonomisch bewertet und nur als austauschbare Waren wahrgenommen werden. Als eine »Alternative zum westlichen Entwicklungsmodell« (Winkler 2011:21), das 1949 unter dem US-amerikanischen Präsidenten Truman als Doktrin konzipiert wurde und Entwicklung als einseitiges wirtschaftliches Wachstum interpretierte, bewahrt sich das ›Buen Vivir‹ auch ein nichtlineares Entwicklungsverständnis (Winkler 2011:21 f.).

In der politischen Praxis sucht es seine Verwirklichung, indem es 2006 und 2008 in die neuen Verfassungen von Bolivien und Ecuador aufgenommen wurde. Damit wurde Neuland betreten, da ein nachhaltiges Denken in Form eines Gleichgewichts zwischen Mensch und Natur Verfassungsnorm wird, das sich als Gegenentwurf zur Nutzbarmachung der Natur für den Menschen im Namen der Wirtschaft der Industrienationen darstellt. Als transitive Verfassungen weisen sie in die Zukunft und bestätigen damit das Prinzip der Nachhaltigkeit. (Fatheuer 2011:4)

02 Die Tupi waren vor der Kolonialzeit eine der größten indigenen Völker an der Atlantikküste von Brasilien. Viele von ihnen sind während der Kolonialzeit umgekommen. Mit Tupí wird auch ihre Sprache beschrieben, die bis 1759 mit der Vertreibung der Jesuiten als Verkehrssprache in Brasilien diente.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit im Werk der Campanas

Merkmale der Nachhaltigkeit sind der Wunsch nach Langlebigkeit und der Fähigkeit des Überlebens. Die Nachhaltigkeit ist die logische Antwort auf das westliche Modell der Wegwerfgesellschaft, dessen Bürger immer wieder neu kaufen sollen, um der wirtschaftlichen Prämisse des stetigen Wachstums zu folgen.

Bezeichnend für eine kurze Objektbiografie sind Verpackungen von Produkten, die ihre Funktion erfüllt haben, sobald sie die Verbraucher vom Kauf überzeugt haben und nach dem Auspacken oder dem Austrinken einer Flasche Saft oder Wein sogleich zu Abfall werden (Hahn 2005:41). Der Medienphilosoph Vilem Flusser (1993) beschreibt dies mikroskopisch am Beispiel einer Sektflasche, die einerseits ein Objekt des Glamours ist, andererseits schnell zu Müll wird und dennoch die Hoffnung darauf hat, als Erinnerung aufgehoben zu werden. Sie kann ein Ding und ein Unding sein. Oder, in den Worten der Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann: »Die erinnernde Hinwendung zum Abfall und Vergessen ist nicht unplausibel in einer Kultur, die seit der Neuzeit programmatisch auf Innovation gesetzt und damit die Mülleimer der Geschichte bis an den Rand gefüllt hat.« (Assmann 2006 [1999]:411)

Indem sich die Brüder Campana von der Volkskunst Brasiliens inspirieren lassen und die Idee des Recyclings, der Wiederverwertung von bereits Vorgefertigtem wie Pappkartons, Holzlatten, Seilen, Benzinkanistern aus Plastik, Drähten, Luftpolsterfolien, aber auch Naturmaterialien wie Palmfasern und Kohle sensibel in ihren Entwürfen von Gegenständen umsetzen, stellen sie ein gutes Beispiel für Nachhaltigkeit im Design dar. Ihre Objekte stehen so im Einklang mit der Umgebung: der gesellschaftlichen und der natürlichen. Anstatt Energie und Rohstoffe zu verschwenden, bedienen sie sich am urbanen Abfall wie Schrott und Lumpen (Estrada 2009:69). Denn Nachhaltigkeit umschließt nicht nur die ökologische, sondern auch die soziale – und menschliche – Komponente.

Spiegelt Design gesellschaftliche Zustände?

Die Campanas bringen die innewohnende Idee des Designs und die Ausführung der Massenproduktion mit dem Wunsch von kultureller Tradierung und Bewahrung von Handwerk in Einklang. Wie verbinden sie Altes mit Neuem und werden damit zeitgenössisch? Die Antwort ist naheliegend: Die von ihnen entworfenen Dinge stehen im Gleichgewicht mit der brasilianischen Gesellschaft, indem sie die Alltagskultur als ihre Inspirationsquelle nehmen. Es sind die täglichen Entdeckungen auf den Straßen und in den Geschäften ihrer Stadt, sowie Fundstücke und Eindrücke in der Natur, die ihren Arbeitsprozess von Design-Objekten in Gang setzen. Die Stadt ist zu ihrer Natur, zu ihrer Umgebung, geworden. Dies drückt sich exemplarisch in dem Armsessel ›Favela‹ (85 x 74 x 65 cm) aus. ⁰³ Er greift die Ästhetik der Armenviertel, der Favelas, auf, indem kurze Bretter aus Abfallholz in Handarbeit in unterschiedlichen und scheinbar ungeordneten Variationen zusammengenagelt werden. Der Sessel ist wie ein Thron gestaltet als Anerkennung der Kreativität der sozial Marginalisierten der brasilianischen Städte. Erstmals wurde er 1991 als Unikat hergestellt und ab 2003 von der italienischen Firma ›Edra‹ als Serienproduktion fabriziert. Humberto beschreibt ihn als »in seiner Konstruktion zutiefst chaotisch« ⁰³ in Anlehnung an das Chaos von São Paulo und die diese Stadt so tief greifend prägenden Favelas.

03 Fernando und Humberto Campana im Interview mit Mathias Schwartz-Clauss im Mai 2008; zitiert nach Schwartz-Clauss 2009:24.



ADBUS
›Everyt
DIN A1, Ja
Dieses Plakat
den amerikanisch



Design-Objekte als Bildträger

Die Design-Objekte der Brüder Campana sind in erster Linie Bedeutungsträger, darin liegt ihre Ausstrahlungskraft. Bedeutungen vermitteln sie in der Darstellung der Verbindung von der inneren menschlichen Natur (der eigenen Gesellschaft und Kultur) mit der pflanzlichen Natur – unserer Umwelt. Design als das bewusste Gestalten der materiellen Welt bedeutet für sie, die für viele unsichtbare Bedeutung oder die Seele der Dinge wahrnehm- und fassbar darzustellen. Es geht ihnen weniger um die Funktionalität von Objekten – Leichtigkeit, Ergonomie –, die zu Produkten werden, als vielmehr um die sie entwerfenden Bilder (vgl. Schwartz-Clauss 2009:23,27).

Bewusst oder unbewusst greifen sie eine Art der Wahrnehmung von Objekten auf, die in der Ethnologie diskutiert wird. Es wird zwischen drei Begrifflichkeiten für Objekte unterschieden, die je eine unterschiedliche Ausdeutung bieten: Naturfakte (Dinge), Artefakte (Sachen) und Exofakte (Waren). Naturfakte sind autonome, belebte Dinge, die sowohl aus der Natur stammen, als auch jedes beliebige Objekt beschreiben können. Unterschieden werden sie von den Sachen und den Waren, die für den Gebrauch des Menschen hergestellt werden. Sachen stellen Personen für ihren eigenen Gebrauch her – Waren hingegen werden von andernorts importiert. Letzteres erhält in einer globalisierten Wirtschaft an Bedeutung, da immer mehr Objekte nicht mehr in Handwerksarbeit selbst geschaffen, sondern mit Geld erworben werden (Hahn 2005:19).

Dinge? Sachen? Waren?

Unter dem Begriff ›Sachen‹ werden Objekte verstanden, die rein maschinell und leer betrachtet werden, ohne eigene Bedeutung oder inneren Ausdruck. Er basiert auf der Vorstellung einer Welt ohne Seele. Sachen und ›Sachlichkeit‹ beinhalten die Verfügbarkeit von Gegenständen – sie existieren lediglich für die »Bedürfnisbefriedigung« des Menschen (Hahn 2005). Dinge oder Gegenstände hingegen werden als autonome Gegenüber mit einer immanenten Eigenlogik verstanden, in denen sich die geistige mit der materiellen Ebene verknüpft. Karl Kramer (Kramer, zitiert nach Hahn 2005:11) verwendet den Begriff der ›Dingbedeutsamkeit‹, das sich auf das ältere Konzept der ›Dingbeseelung‹ stützt. So können sie als Träger von Bedeutungen fungieren. Georg Lukács formuliert in seiner Kulturphilosophie die Verfügbarkeit der Sachen und die Unverfügbarkeit der Dinge.⁰⁴ Materielle Kultur, wie sie in der Ethnologie untersucht wird, befasst sich nicht nur mit den verfügbaren Sachen, sondern auch mit den »eigensinnigen« Dingen (Hahn 2005:19 f.). Inwiefern Design als bewusster Umgang mit der materiellen Kultur dazu beitragen kann, die Objekte unserer menschlichen Umwelt bewusster wahrzunehmen, sei vorerst dahingestellt. Dass die Brüder Campana ihre Firma anfangs ›Campana Objetos‹ nannten und erst später in ›Campana Design‹ umbenannten, ist vielleicht ein Zufall oder aber das Aufgreifen eines erkannten Prozesses an Wahrnehmungen gegenüber die uns umgebende Dingwelt.

⁰⁴ Georg Lukács (1923): Geschichte und Klassenbewußtsein. Studien über marxistische Dialektik. Berlin: Malik; zitiert nach Hahn 2005:19.

Der kulturelle Ansatz: Design als kultureller Kannibalismus

Das Werk der Brüder Fernando und Humberto Campana verdeutlicht die Problematik zwischen dem Universellen und dem Spezifischen, das heißt der Vereinheitlichung oder Uniformierung der Kulturen im Zuge der Moderne und der Globalisierung und der regionalen bzw. lokalen Strömungen innerhalb der Geschichte des Designs. Sie zeigen die Fähigkeit vieler kolonialisierter Länder, Fremdes in die eigene Kultur zu integrieren und in Neues zu transformieren. Dadurch schaffen sie eine eigenständige, lateinamerikanische Variante der Moderne im Design.

Der Kronleuchter ›Prived Oca‹ (eigenes Haus, 240 x 100 x 100 cm) von 2003,³⁵ den sie für den österreichischen Kristallglashersteller Swarovski entwarfen, gehen diese Verbindung von natürlichem und industriell fabrizierten Material auf ausdrucksvolle Art und Weise ein. Unter den dunkelbraun herabfallenden Naturfasern schütten sich glitzernde Swarovski-Kristalle mit dazwischen angebrachten LED-Lichtern an ebenfalls herabhängenden Kabeln aus. Darüber hinaus haben Fernando und Humberto Campana sich von der indigenen Tradition der Ocas inspirieren lassen. Ocas sind die Häuser der Kuikuro, einem indigenen Volk, das im brasilianischen Xingu-Nationalpark lebt. Diese Häuser sind mit Raffia-Palmfasern bedeckt. Das Design diese Arbeit steht im Ideal des ›Manifesto Antropófago‹ als der Versuch der Aneignung der eigenen Geschichte, indem sowohl das indigene Erbe, als auch das der portugiesischen Kolonisatoren angenommen wird. Er symbolisiert damit Brasilien als ein Land der Gegensätze und deren kreative Kombination zu einer eigenständigen Identität.

Massimo Morozzi, der Inhaber der Firma Edra aus der Toskana, die seit über 20 Jahren die Produkte der Campana fabriziert, beschreibt die Kreativität der Campanas vor dem Hintergrund der extremen sozialen Polarisierung, die Jahrzehnte lang die brasilianische Gesellschaft beinahe auseinander sprengte:

»Die brasilianische Katastrophe, die sie uns schildern, ist unser aller Katastrophe, auch wenn wir es zu leugnen versuchen. Der beharrliche Versuch, die Handarbeit zu erhalten in einer Zeit, da alles virtuell wird, ist für uns alle eine Notwendigkeit, wenn wir unsere Sinnlichkeit nicht endgültig verlieren wollen. [...] Das Hybride gegenüber dem Kohärenten vorzuziehen, ist eine Voraussetzung für das Überleben. Total Glocal. Auf den Punkt gebracht: Fernando und Humberto Campana sind keine Designer. Sie sind eine Therapie.« (Morozzi 2009:56)

Über ihren lokalen Kontext hinausgehend, machen Fernando und Humberto Campana durch ihre Design-Objekte als Bedeutungsträger uns allen die existenzielle Wirklichkeit unserer Zeit sichtbar: das Leben als Collage, als Puzzle an Möglichkeiten.



ADBUS
›Everyt
DIN AI, Ja
Dieses Plakat
den amerikanisch



INGA SCHARF DA SILVA

Et, optinve lenissus vero quiam quidiam asPELLI taectur, ea quiam, offic tem sitatio modita-
tius experum enimaio bearcia voluptate nonem. Ficidebit libus, quae evendelit andus, odit, vo-
luptae velent hillori re sed quam quo et odit ut voluptibus, nus, a volore de con eius esto tem in
est, volessitio voloria turehen isquam, aut voluptat poreM quuntur, simus, sus atioMqui num
quodicium et es mi, es ut id et omnia ni culpario tem am quidest otatent voluptaspero omnistiis
aceati officip susapicit quidendent. wAlici con remo eates apernat. Et quatioMio consequatur
ma si blam in cusa venem ullentores doluptio consed ut amus et assi undus, to to inus. Lam,

Quellen

Amaral, Aracy (1979): Artes plásticas na semana de 22: subsídios para uma história da reonvação das artes no Brasil.
São Paulo: Perspectiva, Coleção debates 27.

Assmann, Aleida ([1999]2006): ›Jenseits der Archive‹. In: dies.:
Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses. München: C. H. Beck.

Borges, Adélia (2009): ›Populärkultur im heutigen Brasilien‹ In: Antikörper.
Fernando & Humberto Campana 1989–2009. Weil am Rhein: Vitra Design Museum, Ausstellungskatalog: 83–92.

De Andrade, Oswald (1996): Manifesto Antropófago. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Estrada, Maria Helena (2009): ›Die Intuition als Wegweiser, die Hände als Instrumente‹ In: Antikörper.
Fernando & Humberto Campana 1989–2009. Weil am Rhein: Vitra Design Museum, Ausstellungskatalog: 65–72.

Fatheuer, Thomas (2011): ›Ein Konzept in Konstruktion. Buen Vivir – Versuch einer kurzen Einführung‹. In: ›Sumaq kawsay
/ Buen vivir / Gutes Leben‹. Bonn: Zeitschrift der Informationsstelle Lateinamerika, September, Nr. 348:4 ff.

Flusser, Vilem (1993): Dinge und Undinge. Phänomenologische Skizze. München: Hanser.

Kietzmann, Norman (2007): Fernando und Humberto Campana. Berlin: Designline Living.
Das Online-Magazin für Produkt- und Interiordesign.
http://www.designlines.de/im_gespraech/Fernando-Humberto-Campana_276577.html
(letztmalig abgerufene Version am 08.01.2011).

Morozzi, Massimo (2009): ›Design im Zeichen von Chaos und Ordnung.
Die Brüder Campana und ihre Zusammenarbeit mit Edra‹. In: Antikörper.
Fernando & Humberto Campana 1989–2009. Weil am Rhein: Vitra Design Museum, Ausstellungskatalog: 49–56.

Muniz, Vik (2008): ›Campana Brothers‹. In: ›Brasil‹. New York: Bomb, Nr. 102.

Schwartz-Clauss, Mathias (2009): ›Antikörper. Arbeiten von Fernando und Humberto Campana 1998–2009‹. In: Antikörper.
Fernando & Humberto Campana 1989–2009. Weil am Rhein: Vitra Design Museum, Ausstellungskatalog: 15–34.

Underwood, David (2001): ›Toward a Phenomenology of Brazil’s Baroque Modernism‹ In:
Sullivan, Edward: Brazil. Body and Soul. New York: Guggenheim Museum Publications: 526.

Winkler, Katja (2011): ›Alternativen zum westlichen Entwicklungsmodell‹. In: ›Sumaq kawsay / Buen vivir / Gutes Leben‹.
Bonn: Zeitschrift der Informationsstelle Lateinamerika, September, Nr. 348:21 f.



ADBUS
»Everyt
DIN A1, Ja
Dieses Plakat
den amerikanisch



BETHGE

Stapeless

B: 5,3 H: 8,8 T: 9,4 cm,
Jahrgang 2011

Dieser Hefter heftet ohne Klammern. Ein kräftiger Druck verbindet umweltfreundlich bis zu sechs Bogen Papier durch eine ausgestanzte und eingeschlaufte Papierlasche.



WERKHAUS

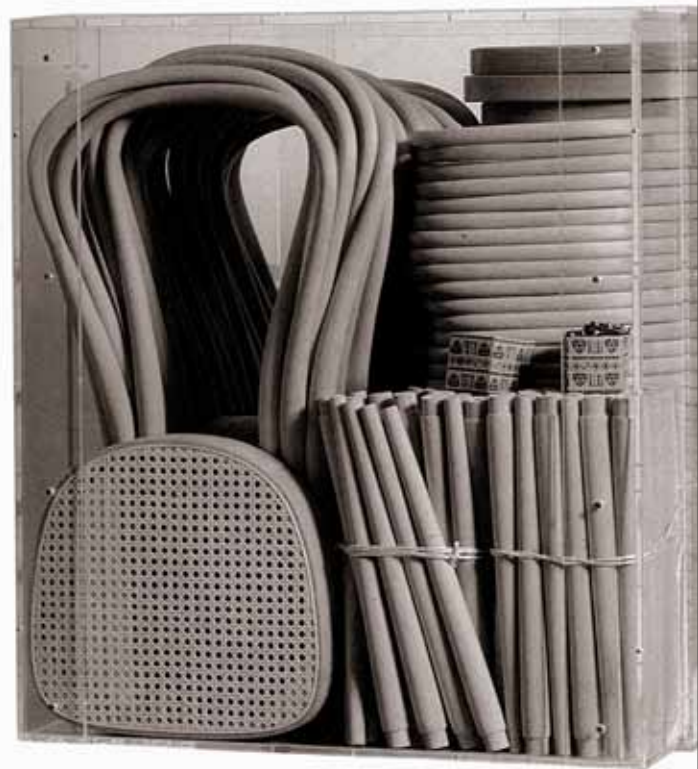
Lagerkisten

versch. Größen, Jahrgang 2012

Diese Spielzeug-Lagerkisten bestehen aus MDF, haben keine spitzen Ecken und erhalten die nötige Stabilität aufgrund eines ausgekügelten Stecksystems (ohne Leim oder Schrauben). Werkhaus produziert nur in Deutschland und es werden im gesamten Produktionsablauf nur ökologisch und gesundheitlich unbedenkliche Materialien verwendet.

»**Nachhaltiges Design**« unterscheidet sich vom konventionellen Design durch die Tatsache, dass es den ökologischen, sozialen, kulturellen und emotionalen Kontext in die Designkonzeption und -planung einbezieht und sich nicht allein auf die Objektgestaltung konzentriert. Nachhaltiges Design vermittelt zwischen Menschen und Umwelt und betrachtet das Subjekt der Gestaltung nicht als übergeordnet.

Nachhaltigkeit zielt auf eine kulturelle Evolution anstelle der modernen Entwicklung der Gesellschaft. Während die moderne Entwicklung die Umwelt nach einer menschlichen Idee formt und die Biodiversität und die kulturelle Vielfalt im Extremfall auf eine Monokultur reduziert, zielt die kulturelle Evolution auf eine ständige Anpassung der Ideen an ihre Umwelt und an deren dynamische Komplexität.



MICHAEL THONET

»No. 214, Stuhl

B: 43 H: 84 T: 52 cm, Jahrgang 1859

Vom Thonet No. 214 wurden allein bis 1930, mit der früheren Modellnummer 14, 50 Millionen Stück gebaut. Damit ist er der meistgebaute Stuhl der Welt und gilt als das gelungenste Industrieprodukt des 19. Jahrhunderts. Gleichzeitig wird er den Ansprüchen »nachhaltigen Designs« etwa im Hinblick auf seine Haltbarkeit, die verwendeten Materialien und die Produktionsbedingungen in vielerlei Hinsicht gerecht.

Für Transport und Lagerung der verkauften Stühle gab es schon sehr früh ein vorbildliches Konzept: In eine Kiste mit einem Kubikmeter Volumen passten 36 zerlegte Stühle, die erst an Ort und Stelle montiert wurden. Dies spart nicht nur Versandkosten sondern stellt gleichzeitig eine Entlastung der Umwelt durch ein geringeres Transportaufkommen dar.