

Wo beginnt Kunst? Wo endet Design?

26.09.2009 | 18:46 | von AMELIE ZNIDARIC (Die Presse)

Die Frage nach den Grenzen zwischen Kunst oder Design stellt sich anlässlich der Vienna Design Week aufs Neue. Einig sind sich Designer, Hersteller und Theoretiker nur in einem: So genau kann man das nicht sagen.

„If you cannot produce it industrially, it's not design“, sagt Russell Flinchum, Autor und Designgeschichteprofessor an der New Yorker School of Visual Arts: Was sich industriell nicht produzieren lässt, ist kein Design. Insofern wird bei der Vienna Design Week, die diese Woche startet, so gut wie kein Design zu sehen sein. Denn im Mittelpunkt stehen Einzelstücke, Kleinstserien und Installationen, industriell gefertigte Massenprodukte wird man kaum finden.

„If you celebrate it, it is art, if not, it is not“, sagen die Organisatoren der Vienna Design Week: Wenn man es als solche feiert, ist es Kunst, wenn nicht, dann nicht. Einer von ihnen, Thomas Geisler, der so wie Flinchum auch Designgeschichte unterrichtet, entgegnet: „Das ist ein veralteter Blick auf Design.“ Gerade jetzt, da die Konsumkultur stagniere, seien Alternativen mehr denn je gefragt. Nämlich: lokal und mit den jeweiligen Produktionsmöglichkeiten zu arbeiten.

Klein und fein. Und das bedeutet in Österreich meistens: klein und fein. Natürlich gibt es große Möbelhersteller wie Bene oder Wiesner-Hager, aber sonst dominieren Klein- und Mittelunternehmen, Manufakturen und Handwerksbetriebe. Backhausen etwa. Anlässlich des 160-jährigen Firmenjubiläums hat der traditionelle Stoffhersteller eine Ausstellung im Wiener Belvedere initiiert, in der Künstler die Grenzen zwischen Design und Kunst infrage stellen („Die Presse“ berichtete). „Man kann nicht sagen, der eine ist Designer, der andere Künstler“, sagt Reinhard Backhausen, „es hängt immer davon ab, wofür jemand etwas macht.“ Doch auch diese Trennlinie ist nicht klar. Denn die Textilien, die für die Schau im Belvedere entstanden sind, wird Backhausen in seine Verkaufskollektion aufnehmen, zusätzlich zu den Entwürfen der Wiener Werkstätte, die ebenfalls noch produziert und verkauft werden. Freilich könne das Unternehmen von den Künstlerstoffen allein nicht überleben, aber man habe eben Tradition und Verantwortung, was das anbelange, und eine Freude sei es außerdem.

Marktgerecht? Das bestätigt auch Julian Riess. Bei der Vienna Design Week vor drei Jahren hat der Emailhersteller das Designduo Polka kennengelernt. „Das war ein Funke“, sagt er, und zwar einer, der so zündend übergesprungen ist, dass daraus die „Mutanten“ entstanden sind: ein Topfset, das mit Henkeln und Griffen, wo man sie nicht vermuten würde, Gewohnheiten brechen will. „Es war spannend, Objekte zu schaffen, die dich fragen, wie man sie benutzen soll“, sagt Monica Singer von Polka. Kunst oder Design? Findet Singer nicht so wichtig. Interessant sei vielmehr, „sich anderer Ausdrucksweisen zu bedienen, um Gedanken zu testen und Grenzen auszuloten. Das machen Designer wie Künstler.“ Trennlinie mag auch Julian Riess keine ziehen. Doch er spricht ohnehin lieber von experimentellem Design als von Kunst: „Dabei verwirklicht man Ideen, ohne auf den Markt zu schauen.“ Trotzdem werden die „Mutanten“ immer wieder nachgefragt und produziert.

Herzblut. Dass nichtkommerziell angedachte Projekte durchaus gewinnbringend sein können, weiß auch Leonid Rath von Lobmeyr. Die Skulptur des tschechischen Designers Maxim Velcovsky etwa, die 2008 bei der Vienna Design Week präsentiert wurde, habe sich gut verkauft, auf anderen, als Bestseller konzipierten Produkten hingegen sei man sitzen geblieben. Der Glashersteller lässt sich immer wieder auf Experimente mit jungen Designern ein, „aber ganz so beliebig und planlos ist das nicht. Wir prüfen genau, ob der Kunde, den wir ansprechen, dieses Produkt wirklich braucht.“

Dem widerspricht Alexander Skrein von der Skrein Schmuckwerkstatt vehement: „In dem Moment, an dem ich beim Entwurf überlege, ob er verkäuflich ist oder nicht, wird er schlecht.“ Im Rahmen der „wien products collection“ hat er mit den Designerinnen/Goldschmiedinnen Florentina Reif Gintl und Lisa Sonnberger ein Schmuckhaarband entwickelt. Auf die Frage „Design oder Kunst“ antwortet er nur: „Brauchen Sie einen Titel?“ Den hat zumindest Wolfgang Rauber für sein Vienna-Design-Week-Projekt gefunden: „Kunst.“ Das Label breadedescalope wird sein Blumengeschäft „Wildwuchs“ zehn Tage lang in einen Fastfoodladen verwandeln. Zu kaufen gibt es, in der klassischen Hamburgerverpackung, allerdings Speisen, die erst wachsen müssen: Kräutersamen mit Erde. „Man muss sein Essen von morgen anbauen“, erklärt Michael Tratschl von breadedescalope. Den Unterschied zwischen Kunst und Design ortet er in der Botschaft, die das Produkt mittransportiert. Und im Herzblut, das dabei fließt. „Wir sind keine 40-Wochenstunden-Designer, sondern hängen 24 Stunden, sieben Tage die Woche in unseren Projekten.“ Insofern sind wohl fast alle, zumindest die Designer mit eigenem Label, Künstler.