

Was klappt hier nicht? Vom «Designersofa» und anderen Klischees, mit denen sich Möbeldesigner herumschlagen

Dr. Meret Ernst, Redaktorin für Kultur und Design bei «Hochparterre», der Zeitschrift für Architektur und Design, Zürich

Möbel stehen meist ziemlich unbeweglich im Raum und sind nur unter Anstrengung verrückbar. Daran hat weder die mittellateinische Herkunft des Begriffs «Möbel» – die Beweglichen – noch das ganze Gerede vom nomadischen Wohnen viel geändert. Offenbar wohnen wir lieber in fixen Anordnungen. Natürlich gibt es Ausnahmen wie den zwanghaften Nachbarn, der ständig seine Möbel rückt. Einfacher geht das mit den kleinen, wendigen Möbeln, die es darauf anlegen, auf den einen oder anderen Platz geschoben zu werden: Servierboy, Beistelltisch, Stehleuchte, Stummer Diener, Paravent.

Aber es gibt auch Möbel, die sich an Ort und Stelle verwandeln lassen. Damit sind nicht jene Kompromisse gemeint, die eine Funktion auf Kosten der anderen ausspielen wie das Bettsofa, das oft ein schlechteres Bett ist, oder der Klapptisch, der selten zusammengeklappt an der Wand hängt. Sondern Verwandlungskünstler, die ihre Existenzberechtigung daraus beziehen, vom einen in den anderen Zustand gewendet zu werden.

Wie Table-Chest (Röthlisberger, 2006) der japanischen Designerin Tomoko Azumi: Table-Chest ist ein zweiseitiges, sich nach oben verjüngendes Kommödchen, das ausgeklappt zum niedrigen Beistelltisch wird. Mit einem Handgriff – intuitiv greift man dabei in die eingeschnittenen Schubladenöffnungen – lässt es sich zwischen diesen beiden Zuständen hin und her klappen. Tut man es, denkt man wie beim Umgreifen an der Reckstange: «Und hopp, und hopp».





Was so einfach wirkt, ist schwierig herzustellen. Den Entwurf gibt es schon lange, seit 1995, als Tomoko Azumi noch mit Designer und Partner Shin Azumi zusammenarbeitete. Seit letztem Jahr produziert Kollektion Röthlisberger, Gümligen, das Möbel. Was so einfach aussieht, stellte konstruktive Anforderungen und weckte den schreinerischen Ehrgeiz. Das Furnier ist so ausgewählt, dass es in beiden Zuständen – ausgekippt und hochgestellt – ein schönes Bild gibt. Die Schubladen, die von beiden Seiten ausgezogen werden können, werden von einem Magnet eingemittet, damit sie nicht durchrutschen. Die Scharniere, welche die mittlere, schubladenlose Zarge um ihre eigene Achse drehen, mussten extra hergestellt werden – marktübliche Scharniere waren zu schwach. Jetzt kann man auf dem ausgeklappten Möbel sogar sitzen. In zwei von vier Scharnieren ist der Bolzen etwas kleiner, damit sie sich nacheinander öffnen. So fällt das Kommödchen leicht und diskret in den Beistelltisch und umgekehrt. Und wieder, und wieder. Dieses Möbelchen bewahrt in beiden Zuständen Funktion und Form. Und verbirgt in jedem Zustand stoisch das Potenzial, eine zweite Identität zu haben.

Ich habe meine Gedanken unter den Titel «Was klappt hier nicht. Vom Designersofa und anderen Klischees, mit denen sich Möbeldesigner herumschlagen» gestellt. Ich möchte zeigen, was es alles braucht, bis heute ein Sofa, ein Stuhl, ein Tisch entworfen, produziert, verkauft ist und im Gebrauch steht; dass es dabei um Design geht, dass aber die Rede vom Designersofa nicht viel Sinn macht.

Dazu muss ich in einem ersten Teil etwas ausholen und darlegen, was ich mit Design meine. In einem zweiten Teil schauen wir an, was vorher war – wir blicken auf das Erbe, die Klassiker, um dann in einem dritten Teil einige Beispiele des aktuellen Möbeldesigns anzuschauen. Und zum Schluss werde ich versuchen, die Erkenntnisse zusammenzufassen.

1. Design, Designersofa, noch mehr Design

Im allgemeinen Verständnis gibt es zwei Schichten des Designs: das sichtbare Design, also die Entwürfe, die global zirkulieren, die unser Vorverständnis von Design als in der grossen Serie maschinell hergestellter Produkte prägen. Diese Entwürfe tauchen in den Medien, in jeder Designzeitschrift auf – vor allem seit den designlastigen 80er Jahren des letzten Jahrhunderts. Was irgendwie nach «Design» aussah – und damit meinte man in erster Linie ausgefallene Formen, ein Dekor, das sich in den Vordergrund schob und bald auch schon wichtiger als die Funktion wurde –, das konnte besser vermarktet, teurer verkauft werden. Es begann die hohe Zeit des

Bindestrich-Designs, in der wir immer noch leben: Hair-Design, Nail-Design, bald schon Food-Design, Gen-Design oder die Designerdroge.

Entsprechend differenzierte sich das Selbstverständnis der Industrial Designer – oder wie man früher sagte, der Produktgestalter – weiter aus: in die Figur des anonym arbeitenden Industrial Designer, angestellt in grossen Designagenturen oder in firmeneigenen Designabteilungen auf der einen Seite und in den Designer, der als seine eigene Marke auftritt, wie zum Beispiel Luigi Colani, der sich als Autorentdesigner versteht und wie ein grosser Meister seine Entwürfe signiert.



Diese erste, sichtbare und kommentierte Schicht des Designs stammt von Designern, deren Name auch einem breiten Kreis bekannt ist – wie Mario Botta (Stuhl Seconda 602, für Alias) oder Philippe Starck (Barhocker Sarapis, 1986 für Driade). Oder es handelt sich um Projekte von jungen Designern, die sich die Freiheit nehmen, Denkanstösse in die Welt

zu setzen, die nicht unbedingt produziert werden müssen, etwa von der schwedischen Gruppe Front oder von jungen Designern, die der ECAL, der Ecole cantonale d'art de Lausanne, entstammen wie zum Beispiel die Gruppe Big-Game mit ihrem Stuhl «Bold» (für Drisag, 2007). Ursprünglich wollten diese Designer das Möbel aus einem einzigen Stahlrohr entwerfen und es dann mit einer Art Wollsocke als Polster überziehen. Aus konstruktiven Gründen ging das nicht, und einen Breuersessel adaptieren wollten sie nicht, denn das löste die falsche Assoziation aus. Sie gingen nämlich nicht von der klassischen Moderne, sondern von ihren eigenen Kindheitserinnerungen aus: Das gepolsterte Metallrohr assoziiert die Querstangen der BMX-Fahrräder aus den Achtzigerjahren, mit denen sie die Nachbarschaft unsicher machten. So richtig bequem zu besitzen ist der Stuhl nicht, aber er ist, wie die belgische Produktionsfirma Drisag sagt, ein Statement.

Doch das derart «sichtbare» Design, das kommentiert und zwecks besserer Vermarktung eben als Design ausgewiesen wird, ist nur die Spitze des Eisbergs. Alles andere, was viel mehr ist, bleibt sozusagen unsichtbar, weil es kaum je als «Design» kommentiert wird oder für die wenigsten Menschen als Design gilt. Ich meine dabei die tausend Produkte, Apparate, Maschinen, aber auch Dienstleistungen und eben Möbel, die wir täglich benützen, ohne uns über ihr Design Gedanken zu machen, obwohl auch hinter ihnen eine gestalterische Leistung und eine Kommunikationsabsicht steckt.

Was für beide Arten des Designs gilt: Das, was wir sehen, ist

nicht alles. Und deshalb machte Lucius Burckhardt (1925-2003), der Schweizer Soziologe, Nationalökonom und Designtheoretiker, darauf aufmerksam, dass sich hinter der edlen Form und dem gekonnten Einsatz von Materialien und Technologien noch viel mehr verbirgt, das wesentlich zum Design gehört. Alles, was ein Produkt zu einem Produkt, ein System zu einem System, eine Dienstleistung zu einer Dienstleistung macht, zählte er zum unsichtbaren Design, also alle die vielen hundert Entscheidungen, die dazu führen, dass wir uns am Schluss auf den Taktfahrplan verlassen können oder ein Sofa im Laden steht. Burckhardt spricht von den *...institutionell-organisatorischen Seiten, über welche der Designer ständig mitbestimmt, die aber durch die gängige Art der Einteilung unserer Umwelt im Verborgenen bleibt.* (Lucius Burckhardt, *Design = unsichtbar*, Ostfildern 1995, p. 19).

Wie machtvoll diese unsichtbare Seite des Designs ist und dasjenige, was wir am Schluss in den Händen halten oder als Dienstleistung benutzen, definiert, das beschreibt der Architektur- und Designhistoriker Claude Lichtenstein («Der tiefe Ernst der guten Form», in: *Made in Switzerland, 80 Jahre Förderung durch die Eidgenossenschaft*, hrsg. v. Bundesamt für Kultur, Zürich, Hochparterre, 1997, p. 177ff). Er bezeichnet Design als *...Hintergrundinstrument, dessen Aufgabe im Unsichtbarmachen und Verschwindenlassen von allen denkbaren Irritationsquellen besteht. Dieses Designverständnis ist es, das im Schweizer Alltag seine tiefe Begründung gefunden hat.* Er fügt dabei typisch schweizerische Beispiele an wie das Abfallentsorgungssystem Patent Ochsner aus dem Jahr 1926, den Taktfahrplan oder die Möglichkeit, unsere Koffer schon am Bahnhof für die Flugreise einzuchecken. Man könnte auch das System Nespresso und Car Sharingdienste wie Mobility dazu zählen oder die Autobahn als eine der grössten kollektiven, aber eben auch unsichtbaren Designleistungen der Schweiz. Dieses Bestreben, das gestalterische Können nicht in den Vordergrund zu schieben, sondern zu Gunsten der Dienstleistung zurückzunehmen, sieht Claude Lichtenstein auch im produktbezogenen Design schweizerischer Herkunft bestätigt – etwa im Möbelsystem USM Haller, in der Gestaltung des Schweizer Sackmessers oder in der Bahnhofsuhr von Hans Hilfiker (1955).

Die Geschichte des Schweizer Designs ist mit solchen Objekten reich gesegnet: Mit der roten Zugführertasche der SBB oder der Schrift Univers, die Adrian Frutiger 1954 für die Pariser Schriftgiesserei Deberny & Peignot gestaltet hat, und die seither auf allen Kontinenten und für alle möglichen Zwecke eingesetzt wird, und mit vielen anderen Dingen, die im Alltag zur Hand genommen, besessen, benutzt, geliebt werden. Wer sie gemacht hat, ist nicht immer bekannt. Gerade die Schweiz ist reich an Objekten, deren Entwerfer hinter der Funktionalität und Form des Gegenstandes zurücktreten.

Claude Lichtenstein sieht in der perfekten Orchestrierung der unsichtbaren Seite des Designs sogar eine typisch schweizerische Qualität. Hier liegt die genuine Leistung, die das Design aus der Schweiz so unverwechselbar macht.

Neben Burckhardts Hinweis auf die institutionell-

organisatorische Seite und Lichtensteins Definition des Designs als Hintergrundinstrument, scheint mir ein dritter Faktor wichtig, der den sichtbaren Teil des Designs abstützt, und auch hier gilt, was für einen Eisberg gilt, die sichtbare Spitze ist weit kleiner als alles, was unter der Wasserlinie liegt. Es ist die historische Dimension, die Reihe der Vorgänger-Entwürfe, die jeden neuen Entwurf mitinfizieren. Denn versteht man Design auch in seiner Dimension als kulturelle Tätigkeit, dann ist klar, dass sie sich, will sie Neues schaffen, zu dem, was es schon gibt, in ein Verhältnis setzen muss.

2. Das Erbe oder genauer gesagt: Was wird ein Klassiker

Design aus der Schweiz hat eine lange Tradition, obwohl das Wort «Design» erst im Lauf der Sechzigerjahre des 20. Jahrhunderts Eingang in den deutschen Wortschatz fand. Mit der Entwicklung des industriellen Sektors und der Dienstleistungsindustrie wurde die Schweiz zu einer der weltweit reichsten Gesellschaften und liess vergessen, wie gross die Armut in der Schweiz noch bis ins 20. Jahrhundert war. Auf diesem Weg gab es keine Brüche, weder Krieg noch Naturkatastrophen unterbrachen den steten ökonomischen und technologischen Fortschritt. Im Gegenteil: Als nach dem Zweiten Weltkrieg die industrielle Produktion in Europa zum Erliegen kam, standen Hersteller und Designer in der kriegsverschonten Schweiz bereits wieder in Arbeit und Brot. Später profitierte die Schweizer Wirtschaft vom deutschen Wirtschaftswunder der Fünfziger- und Sechzigerjahre.



Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand, Sessel LC 2 Grand Confort, 1928

Viele der Entwürfe, die die Geschichte des Möbeldesigns aus der Schweiz prägen, haben inzwischen Klassikerstatus: Le Corbusiers Fauteuil Grand Confort aus dem Jahr 1928, der in diversen Neuauflagen immer noch produziert wird, Willy Guhl's Eternitsessel von 1954, der 1998 aus asbestfreiem Eternit wieder aufgelegt wurde, oder Hans Corays «Landstuhl Spartana» aus Aluminium, den er 1939 für die Nationale Landesausstellung in Zürich entwarf und der 2006 eine Neuauflage fand: Sie gehören alle zum Erbe des Designs in der Schweiz, das von jüngeren Designern aufgenommen wurde.

Doch was ist ein Design-Klassiker? Klassikerstatus erhalten Objekte, die Eingang ins kollektive Gedächtnis gefunden haben, die funktionieren, eine lange Lebenszeit haben, konstant nachgefragt werden und in ihrer Gestaltung das gewisse Etwas vermitteln, das uns sagen lässt: Das ist der

perfekte Gegenstand. Klassiker sind Warenikonen.

Wird ein Möbel zum Klassiker und steht es zur Debatte, dass es wieder aufgelegt wird, müssen verschiedene Bedingungen erfüllt sein. Die Rechte müssen geklärt, das nötige Kapital und der Glaube an den Markterfolg müssen vorhanden sein – etwas, was gerade im Fall des Landistuhls lange eine Wiederauflage verhinderte. Entwurfszeichnungen und Werkzeuge sollten im Idealfall vorhanden sein. Die Produktionsprozesse müssen modernisiert werden können, sodass das Möbel auch ökonomisch sinnvoll produziert werden kann. Formal muss es einen Anschluss an die heutige Zeit und an heutige Bedürfnisse erlauben. Und das Möbel muss in ein bestehendes Sortiment passen. Alle diese Bedingungen, die zum Teil nur mittelbar mit dem Möbel selbst etwas zu tun haben, sollten erfüllt sein, dass sich eine Wieder- oder Neuauflage lohnt.

Schauen wir zwei der drei genannten Stuhlklassiker kurz an und versuchen herauszufinden, was jenseits der formalen Raffinesse dazu geführt hat, dass die Stühle immer noch produziert werden.



Willy Guhl, Gartensessel, 1954 und Redesign 1998

Der Gartensessel, den Willy Guhl 1954 für Eternit entwarf, wurde ein Jahr später mit der Auszeichnung «Gute Form» geehrt. Die breite Schlaufe aus Asbestzement verbindet Sitzfläche, Rückenlehne und sanft geschwungene Kufe. Er schaukelte leicht, erlaubte legeres Sitzen, war immer kühl und etwas feucht. Stand er draussen, wurde er mit den Jahren immer schöner; Moose bildeten seine Patina. Als Guhl den Gartensessel entwarf, versprach Asbestzement die Zukunft. Bis in die Siebzigerjahre wurden aus dem ewig haltbaren, säurebeständigen und feuerfesten Asbestzement Aschenbecher, Brunnenröge, Isolationen, Kompostsilos, Lautsprechergehäuse, Minigolf-Anlagen, Schalttafeln, Vogelbäder und vieles mehr hergestellt. 1998 entwarf Willy

Guhl eine neue Version des Gartensessels aus asbestfreiem Eternit. Sein Originalsessel wurde von der Designsammlung des New Yorker Museum of Modern Art zurückgeschickt – als Sondermüll deklariert. Zwei Rippen müssen in der überarbeiteten Version das Material verstärken, das zusammen mit dem Zukunftsversprechen auch seine Wunderfähigkeit verlor. Die Rippen werden zu Krücken für das schwach gewordene Material. Aber immer noch gibt die Platte die Breite des Sessels vor, die so ohne Abschnitt und ohne weiteren Arbeitsgang als Sessel geformt werden konnte. Zum ewigen Leben trägt also auch die einfache Produktion bei.



*Hans Coray, Stuhl Spartana (Landistuhl), 1938.
Blattmann. Wiederauflage 2006. Westermann AG*

Das kann man vom anderen Gartenstuhl der Schweizer Designgeschichte nicht behaupten: 58 Arbeitsschritte sind zu seiner Herstellung nötig. Hans Corays Entwurf Spartana (Blattmann, 1938), der Landistuhl, ist auch die Geschichte eines Scheiterns. Die Produktionsprozesse wurden nicht erneuert. Der erste Hersteller Blattmann stützte sein Geschäft über Jahrzehnte hinweg mit Melkeimern aus Aluminium und der Backform EIFA – der «Freundin der Hausfrau». Der Stuhl wiegt knappe 3 Kilo, rostet nicht, ist stabil, stapelbar und bequem. Heute genügen diese Qualitäten; damals lobten die Landibesucher den Stuhl, der nicht auf heimeliges Holz und nicht auf deutsches Eisen setzte, sondern einen neutralen Ausdruck suchte. Er verwendete das, was man damals «Schweizer Metall» nannte: Aluminium passte zu einem nationalen Selbstverständnis, das auf Erfindergeist und Ingenieurwissen setzte. Bauxit, das importierte Ausgangsmaterial, machte preislich nur gerade 7 % des Rohaluminiums aus, schrieb Ingenieur Ernst Bütikofer im Goldenen Buch der Landesausstellung 1939 (p. 13). Erst Strom

und Knowhow machten daraus das Metall der Moderne. Ingenieurwissen und Elektrizität gab es hierzulande genügend, beides wurde an der Landi 39 ausgiebig dargestellt. Doch noch kein Gebrauchsgegenstand brachte den Stolz darauf dermassen sinnfällig auf den Punkt. Das machte den Stuhl zum Symbol einer fortschrittlichen Gesinnung, weswegen er auch heute noch – in der seit 2006 erfolgten Wiederauflage von Reto Westermann – gerne gekauft wird. Mit lediglich rund 1000 produzierten Stück pro Jahr war der Landistuhl nie für die breiten Massen bestimmt. Dazu war er von Anfang an zu teuer und konnte den Anspruch der frühen Moderne, breiten Schichten gut gestaltete Möbel anzubieten, selber nicht einlösen.

Doch was ist mit dem zeitgenössischen Möbeldesign? Noch habe ich Ihnen keine Antwort darauf gegeben, wie das unsichtbare Design in seinen Facetten der institutionell-organisatorischen Unsichtbarkeit, in seiner Bedeutung als Hintergrundinstrument und in seiner Kraft als Erbe die heutigen Entwürfe und unser Verständnis von Design beeinflusst.

Beginnen wir mit dem Erbe. Das Erbe ist wichtig, versteht man Design nicht nur als Verfahren, wie ein Entwurf realisiert, die Produktion organisiert und ein Markterfolg orchestriert wird, sondern auch als kulturelle Tätigkeit. Wie bei jeder kulturellen Tätigkeit geht es auch beim Design darum, sich mit Blick auf das Vorhergegangene zu differenzieren. Klassiker sind erstens wichtig nicht nur als formale Referenz, sondern aus der Einsicht, dass gutes und langlebiges Design die Entwurfsidee mit dem Stand der technologischen Entwicklung verbindet. Das zum Beispiel liess sich bei Willy Guhl lernen. Das Erbe ist zweitens wichtig, weil es über die Jahre hinweg zeigt, wie zentral die symbolische Funktion eines Entwurfs ist, um überleben zu können. Das liess sich etwa am Beispiel des Landistuhls lernen.

Zeitgenössische Designer wie der Argentinien-Schweizer Alfredo Häberli, Hannes Wettstein, Christophe Marchand, Frédéric Dedelley oder Jörg Boner führen diesen Anspruch weiter. Sie profitieren von einer langen Tradition handwerklich orientierter Ausbildung an den Kunstgewerbeschulen, die sich nun zu Hochschulen für Gestaltung und Kunst entwickelt haben, und von einer Volkswirtschaft, die von kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitenden dominiert wird. Gross sind in der Schweiz nur etwas mehr als tausend Unternehmen. Die restlichen über 300 000 Firmen sind klein oder mittel, wobei die ganz kleinen, die weniger als 10 Personen beschäftigen, mit etwa 270 000 Betrieben zahlenmässig überragen. Sie haben keine eigene Designabteilung, sondern arbeiten punktuell mit externen Designern zusammen.

Viele Designer wagen deshalb den Sprung in die Selbständigkeit. Voraussetzung ist, dass sie, die nicht damit rechnen können, in grossen Agenturen oder firmeneigenen Designateliers ihre Stelle zu finden, Ausdruckswillen mit Geschäftssinn paaren. Denn die Möbelindustrie in der Schweiz ist im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren sehr klein. Wenige zehntausend Beschäftigte arbeiten in diesem Bereich, das ist nur rund 3 % der arbeitenden Bevölkerung.

Möbeldesigner machen dabei den kleinsten Teil in diesem Wirtschaftssektor aus, der in der Schweiz pro Jahr knapp drei Milliarden Franken umsetzt, wovon nur eine Milliarde an heimische Hersteller geht.

Nur wenige sind bei Möbelherstellern fest angestellt, die meisten arbeiten in kleinen Teams oder allein und suchen für ihre Entwürfe Produzenten im In- und Ausland. Dazu gehören Alfredo Häberli, Hannes Wettstein, Stockwerk3, Frédéric Dedelley, Christophe Marchand oder Jörg Boner. Ihre Struktur ist klein, und oft arbeiten sie mit Designern aus anderen Bereichen – aus dem Textildesign, Grafik, Mode oder Innenarchitektur – zusammen. Einige von ihnen machen auch nicht ausschliesslich Möbel. Das Büro von Hannes Wettsteins etwa, das rund zehn Beschäftigte umfasst, entwickelt auch Uhren, Ferngläser, Leuchten oder Fahrräder, aber ebenso Hotel- und Ladeneinrichtungen und Häuser. Hannes Wettstein ist zugleich Art Director des italienischen Fernsehgeräteproduzenten Brionvega, er berät andere italienische Firmen und unterrichtet Design.

Wie ihre «Väter» arbeiten Designer über die Landesgrenzen hinaus. Denn die lokale Marktnische ist das eine, der internationale Erfolg das andere Ziel. Auch Alfredo Häberli gestaltet für Produzenten unter anderem in Skandinavien, Italien, Belgien oder Spanien; Frédéric Dedelley entwirft auch für japanische Hersteller, und Jörg Boner organisiert Ausstellungen und Projekte mit ausländischen Designern.

Ich möchte im Folgenden die Arbeit von den zwei wohl bekanntesten Designern vorstellen, die in der Schweiz auch Möbel entwerfen.

3. Der Materialtuffler Hannes Wettstein

Hannes Wettstein reizen neue Technologien, aber auch neue Produktionsverfahren und Materialien, wie etwa beim Stuhl «Alfa» (Molteni, 2000) für Molteni, einem radikalen, häufig kopierten Entwurf. Der Stuhl entsteht aus der Verbindung von nur zwei Elementen, der Rückenlehne, die in die Hinterbeine übergeht, und der Sitzfläche, die in die Vorderbeine fliesst. Er hat nur eine einzige Materialstärke, diese bestimmt zugleich Konstruktion und Form.



Manchmal ist ein Entwurf regelrecht auf der Suche nach der richtigen Technologie, sagte Wettstein über den langen Weg, die Idee mit dem richtigen Material und dem richtigen Produktionsverfahren umzusetzen. Fast sieben Jahre dauerte es von der ersten Zeichnung bis zur

Produktionsreife. Sperrholz, Blech, Mandorlan – eine Paste, die Mandelschalen wiederverwertet – bis zur Magnesiumlegierung wurden als Material in Betracht gezogen. Erst ein Ingenieur von

Molteni, der zuvor bei Ferrari Monocoques, also Kohlefaserschalen für die Rennwagen der Formel 1, hergestellt hatte, vermittelte ein geeignetes Verfahren, mit dem glasfaserverstärktes Polyesterharz ohne teure Nachbearbeitung eingesetzt werden konnte. Das Material ist nur ein Element, das den Entwurf leitet. Bestehende Typologien geben auch Anlass, einen Stuhl neu zu sehen, zum Beispiel den Plastikstuhl.

Praktisch sind sie, die Monoblocs, leicht, stapelbar, seit den Siebzigerjahren in Milliarden Stückzahlen hergestellt. Einmal ausser Gebrauch, können sie geschreddert und ohne Probleme wieder verwertet werden. Sie sind international akzeptiert und deshalb an den entlegensten Orten anzutreffen: Der Prototyp des Stuhls und günstig wie kein anderer. Kaum ein Gegenstand, der die Anforderungen funktionalen Designs so perfekt erfüllt und zugleich von den Anhängern guten, also funktionalen Designs derart gehasst wird. Ortsbildkommissionen beschäftigen sich mit ihm, Städte lassen ihn per Dekret verbieten. Wer etwas auf sich hält, straft den Monobloc mit Verachtung.

Dabei geht vergessen, dass das Verfahren nicht alles ist, wie so oft im Design. In den Händen der einen wird Schrott mit Lederimitat und durchbrochener Rückenlehne produziert. In den Händen anderer entsteht ein Stuhl, den man mag, bevor man sich setzt. Zu dieser zweiten Kategorie gehört Tototo (Maxdesign, 2007), der Stuhl, den Hannes Wettstein und sein Team um This Weber für das italienische Möbellabel Maxdesign entworfen hat. Dabei ging es ihnen nicht darum, den Monobloc neu zu erfinden. Die Geschichte lief anders. Die im Jahr 2000 gegründete Firma Maxdesign mag Kunststoffprodukte und hat daraus eine eigene Sprache entwickelt. Hannes Wettstein kennt diese Vorliebe, berät er doch die Firma in Sachen Markenbildung. Welches Produkt passt in das Portfolio, war die erste Frage; ein Stuhl aus Kunststoff für Privat- und Objektbereich, war die Antwort. Der Stuhl wurde genauer umschrieben, irgendwann ging es um einen Stuhl, der draussen wie drinnen benutzt werden kann, und der, weil leicht, gut stapelbar ist: Also ein Monobloc. Die Suche nach der Form fing da erst an.



Sie ist das, was Tototo von anderen im Spritzgussverfahren hergestellten Monoblocs unterscheidet. Die niedrige Rückenlehne geht nahtlos in Armstützen über, die elegant und etwas nonchalant nach vorne hin absinken. Das macht die Hinterbeine optisch länger. Die Seiten lassen den Blick von unten auf die Sitzschale frei. Diese hat eine rauhere Oberflächenstruktur als die Sitzfläche, spielt das Spiel zwischen innen und aussen. Das Material, so gewöhnlich wie möglich für Spritzgussverfahren, ist Polypropylen. Damit es ohne Faserverstärkung hält, musste an der Form getüftelt werden. Die etwas dickeren Ränder sind nach aussen gebogen, die Seitenflächen leicht bombiert – die Statik damit gerettet. Monoblocs werden von den meisten ihrer Benutzer übersehen, weil sie so mehrheitsfähig und unspektakulär sind. Anders Tototo: Er will nicht nur besessen, er will angeschaut werden. So wie jeder anständig geformte Stuhl, egal ob er drinnen oder draussen steht.

4. Der Stilist: Alfredo Häberli

Dieser Sessel hat einen komplizierten Titel und macht zugleich deutlich, um was es geht: Alfredo Häberli zeichnet gerne. Sein Strich ist sicher und er sagt, dass er im Zeichnen, wenn er sich darin lange vertieft, die richtige Linie eines dreidimensionalen Objekts erkennt. Der Titel dieses Sessels nimmt ein Zitat von Paul Klee auf: *Wenn ich zeichne ist das, als ob ich mit der Linie spazieren ginge*. Von einem Künstlerzitat zu einem Sessel ist es ein langer Weg. Die Inspiration mag darin liegen, aber es kam eine zweite, eine dritte, entwurfsbestimmende Bedingung hinzu.



Alfredo Häberli, Sessel *Take a Line for a Walk*, 2003, für Moroso (links Gestell)

Der Sessel «Take a line for a walk» (Moroso 2003) wurde zum Anlass des fünfzigsten Geburtstag des bekannten italienischen Möbellabels Moroso entwickelt. Moroso lud Designer, Architekten und Modemacher ein, ein Möbel zu entwerfen, das im Massstab 1:10 mit dem Verfahren des Rapid Prototyping

hergestellt werden kann – also dem Verfahren, bei dem ein Objekt auf digitalem Weg direkt aus feinen Schichten eines Kunststoffs aufgebaut wird. Zusammen mit dem Künstlerzitat war es dieses Verfahren, das sehr zeichnerisch eingesetzt werden kann, das die Grundlage für den Entwurf dieses Sessels gab. Alfredo Häberli entwarf den Sessel als Umrisslinie, und erst ein Jahr später fügte er Polster hinzu und machte aus dem Experiment einen verkaufbaren Sessel. Ausserdem entwarf er einen Fusschemel, der auch mit angezogenen Schuhen benutzt werden kann. Er zog ihn direkt aus der Metallstruktur des Sessels.

Jedes seiner Produkte entsteht für einen spezifischen Kunden – so auch das Sofa TT (Alias, 2005). Am Anfang stand Häberlis Idee: Wenn Alias, renommiert als Stuhl-Hersteller, ein Sofa herausbringt, soll man ihm seine Herkunft auch ansehen. Das Resultat der zweijährigen Entwicklungszeit ist entsprechend leicht und filigran wie ein Stuhl, und doch bequem wie ein herkömmliches Sofa. Die Erfindung liegt in einer tragenden Schale aus acht Millimeter starkem Polyurethan, welche Häberli zusammen mit einem Ingenieur von Alias entwickelt hat – eine Investition von über 100 000 Franken. *Dank meinem Ruf kann ich heute Hersteller dazu bringen, Risiken einzugehen*, meint Häberli selbstbewusst.

Was haben die vier Beispiele – die um viele erweitert werden könnten – gezeigt? Material, Referenz ans Design-Erbe, aber auch an Kunst oder anonymes Alltagsdesign sind wichtige Leitlinien für den Entwurf. Das wichtigste Entwurfskriterium im Möbelbereich – das gilt allerdings nicht für alle Designbereiche – scheint mir etwas anderes.

5. Ein Designersofa und was es alles dazu braucht

Wenn ich zu Beginn gesagt habe, dass das Designersofa ein Klischee ist, dann können wir jetzt genauer bestimmen, wieso.

Die Bezeichnung ist falsch, weil sie einen Gattungsbegriff aus etwas macht, das gerade durch die persönliche Sicht, durch die Handschrift und also die Person eines Designers definiert wird. Die Person des Gestalters macht aus dem Sofa einen Entwurf, der sich abhebt. Wenn schon, dann müsste man von einem Häberli-Sofa, einem Big-Game-Stuhl, einem Wettstein-Gartenstuhl, einem Starck-Barhocker, einer Front-Kommode sprechen.

Der Name ist dabei nur das Kürzel für die Fähigkeit der Designer, ihr ganzes Designwissen – über Herstellungsprozesse, Materialinnovationen, über den Produzenten, seine Konkurrenten und sein Programm, über Markterfordernisse, aber auch über die Tradition des Möbeldesigns – in einen eigenständigen Entwurf zu übersetzen. Eigenständig muss er sein, denn die Zahl der jährlich weltweit neu herausgegebenen Stühle geht in die Tausende.

Wie werden Designer zu sichtbaren Designern? Sie machen sich einen Namen, weil sie ihre persönliche Handschrift mit

Markterfordernissen kombinieren können; weil sie Überzeugungstäter sind, welche die Form lieben, die Funktion beherrschen und die Geschichte des Designs kennen. Doch auch sie müssen ihre Entwürfe mit dem Bild des Herstellers abgleichen, einem Produkt ein Gesicht verleihen, das eine Marke tragen kann. Notgedrungen eroberte sich das Design strategisches Wissen, wollte es einen gestalterischen Spielraum verteidigen. Das blieb von der Designkritik nicht unbemerkt: So verschob sich die Kritik am einzelnen Gegenstand hin zur Kritik am Umfeld, welches einem Produkt erst seine Wirkung und seine Bedeutung zuweist. Nichts anderes meinte der Schweizer Soziologe und Designforscher Lucius Burckhardt mit dem Ausdruck *Design ist unsichtbar*.

Der Rückgriff auf die eigene Geschichte und der Blick nach aussen sind die Krücken einer stets weitergetriebenen Differenzierung der Form. Sie findet in der Schweiz auf hohem Niveau statt. Sie setzt Wissen, Geschmack und ein gut gefülltes Portemonnaie voraus, will man daran teilhaben. Ist es gefüllt, liegen darin Banknoten, die weltweit zu den schönsten Noten zählen und, wie könnte es anders sein, zu den fälschungssichersten. Zwecklose Schönheit erträgt dieses Land schlecht.

Bildnachweis
p. 19, 20, 27 © Stefan Jäggi, Hochparterre