

Junge Designbüros: Die haltbare Gestaltung

außerdem --> Buol&Zünd in Binningen: Das Hotel in sechs Szenen --> EPFL Lausanne: Armierungseis
für das Learning Center --> Designers' Saturday: Firmenleuchten um die Wette



**HOCH
PART
ERR**

10
2008
gang
EUR 10.-

9 771422 874005

→ sondern auch gestalten will, stellt sich ähnliche Fragen: Wie bringt man das Wissen in die Wirtschaft? Wie setzt man es auf Projektebene um und wie überzeugt man Auftraggeber, nachhaltig zu handeln? Selbsterklärungen reichen nicht. Es gehe vielmehr darum, den ganzen Designprozess unter ökologischen Gesichtspunkten zu beherrschen – bis hin zu Vertrieb und Verkauf. Guido Styger setzt auf Weiterbildung: Ein Nachdiplom in Social Management / Responsibility wird ihm neue Wege eröffnen.

Brennendes Thema: Postfossil

Wie können also junge Designer pfleglich mit der Umwelt, ihren Mitmenschen und schonend mit Ressourcen umgehen, aber auch wirtschaftlich nachhaltig agieren? Eine weitere Antwort auf diese Frage sucht Postfossil, eine jener Plattformen, die frisch diplomierte Designer gerne ins Leben rufen. Damit sie besser wahrgenommen werden. Doch nicht alle Gruppen überlegen sich zuerst, was die Zukunft des Industrial Designs prägen wird, um dann ein brennendes Thema für ihre gemeinsamen Auftritte zu wählen wie Postfossil: Die zehn Designer denken darüber nach, welches Design eine Ära nach der Erschöpfung fossiler Ressourcen benötigen wird. Dieses Szenario dient ihnen dazu, Verhaltensweisen in Frage zu stellen. Etwa die, unbesonnenen Ressourcen zu verschleudern. Einzuknicken vor der Komplexität nachhaltigen Designs kam nicht in Frage. «Auf der Produktebene wird es immer Widersprüche geben, kaum etwas ist hundertprozentig nachhaltig. Aber wir wollen wissen, was die Zukunft für das Design bringt. Nachhaltigkeit gehört dazu und wird unser Verhalten verändern», sagt Anna Blattert. Wir sitzen zu dritt im Zürcher Studio von Daniel Gafner, im dritten Stock eines umgebauten Lagerhauses mit Blick auf Bahngleise. Ein heller Raum, wir trinken Tee aus frischer Minze.

Die beiden, die 2006 in Aarau an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW als Industrial Designer abschlossen, erhielten für ihre Leuchte «First Light» einen Nachwuchspreis am Salone Satellite in Milano. Diese Leuchte, ein postfuturistisches Ding, als wäre es dem Set eines Ridley Scott-Films entsprungen, leuchtet nur, wenn das zuvor aufgezogene Gegengewicht beim Heruntergleiten die nötige Energie erzeugt. So wie Standuhren aufgezogen werden. Inklusiv der Faszination am mechanischen Räderwerk, das hinter der Glashaube abläuft.

Sprechen wir also über das postfossile Zeitalter. Daniel Gafner lacht: «Preisfrage: kommt es oder nicht?»

Anna Blattert: «Angst haben wir nicht davor.»

Daniel Gafner: «Ich schwanke zwischen Horrorszenario und Zuversicht. Wir werden sehr viel weniger besitzen.»

Anna Blattert: «Was nicht weiter schlimm ist ...»

Daniel Gafner: «Ja, das wirkt befreiend. Wir finden es schick, wenig zu besitzen. Die Frage ist nur, wie geht es denjenigen, die schon jetzt nicht viel haben?»

Anna Blattert: «Es mag naiv klingen, aber ich glaube, dass ein Umdenken hin zu einem sozialeren, bewussteren Umgang mit Natur und Mitmenschen stattfinden wird. Das wird dann sicher Wirkung zeigen.»

Wir malen uns positive Effekte einer erdölfreien Gesellschaft aus. Entschleunigung, durchaus wünschenswert. Langsamere Entwicklungs- und Produktionszyklen. Kleinere wirtschaftliche Einheiten. Lokale statt globale Produktion. Dazu Daniel Gafner: «Wir leiden unter dem Irrsinn, die Produktion in Billiglohnländer zu delegieren, weil es hier zu teuer ist.» Ferner die Wertschätzung des Handwerks.

Sowieso Qualität, meint Anna Blattert: «Wir müssen so entwerfen, dass man den Gegenstand gar nicht mehr wegwerfen will. Erbstücke, das wäre wünschenswert.»

Geht es um unseren sorglosen Umgang mit Energie, zeigt die Leuchte «First Light» einen dritten Weg auf, den Designer neben formaler Sorgfalt und ökologischer Nachhaltigkeit beschreiten können: Design kann Verhalten verändern. Nur wer das schwere Gewicht aufzieht, gewinnt die Energie, die nötig ist, die drei LED-Lämpchen zum Leuchten zu bringen – für ungefähr zehn Minuten. Eine wichtige Erkenntnis für Benutzer wie für die Designer, erklärt Daniel Gafner: «Was bedeutet Energie? Deshalb sind wir nicht gleich zum Experten gerannt, sondern wollten selbst erfahren, wie das funktioniert. Gewicht, Dynamo, Umwandler, Lichtquelle: Alle Elemente müssen perfekt zueinander passen, damit das Licht angeht.» Die schliesslich doch befragten Ingenieure verwarfen die Hände: unmöglich. Zehn Minuten Licht seien nicht das Ziel gewesen, sagt Anna Blattert. Eine halbe Stunde schon eher. Grund genug, weiter daran zu arbeiten, denn die Leuchte soll in Produktion gehen. Ein Statement allein verändert die Welt nicht.

Hier produzieren: Lifegoods

Sie tragen ihr Credo im Namen: Lifegoods – Güter fürs Leben. Obwohl sie eigentlich zu jung dafür sind: Sophie Depéry, Olivier Burgisser und Singal Moesch haben die Dreisig noch nicht alle erreicht. Die drei, die sich an der Ecal kennenlernten, profitierten von der marketingbewussten Schule, gingen aber nach dem Diplom eigene Wege. Standesgemäss haben sie sich in einem Gemeinschaftsatelier im Flon, im Kreativ-Viertel der Stadt Lausanne, eingemietet. Der Ton des Gesprächs ist leise, ernsthaft und engagiert. Aussagen werden abgewogen, Grundsätze formuliert, ein schneller Blick holt die Bestätigung der anderen beiden ein. Ja, die Zusammenarbeit, ausprobiert erst nach der Schule, welche individuelles Arbeiten gefördert habe, verlange nach einer behutsamen Regulierung. Das Vorbild für ein Team, das effizient und gemeinschaftlich arbeite, hätte sie im Atelier Oï gefunden, berichtet Sophie Depéry aus ihrer Erfahrung im Praktikum.

Der iPod, der als Aufnahmegerät auf dem Tisch liegt, bringt das Gespräch in Gang. Singal Moesch: «Wir kombinieren gerne Materialien, aber sie müssen korrekt recycelt werden können. Nachhaltigkeit ist ein Thema, das uns umtreibt. Gadgets dagegen interessieren uns nicht.» Allerdings gebe es immer Widersprüche und oft sei Kunststoff die bessere Wahl als Holz oder biologisch abbaubares Plastik, ergänzt Sophie Depéry mit Blick auf den Spielplatz, den sie für die Stadt Lausanne entwerfen: «Nicht immer kann die Materialwahl radikal sein. Dann arbeiten wir an dessen Einsatz, optimieren etwa die Menge.»

Auch Lifegoods erfuhren an der Schule wenig über ökologische Zusammenhänge und welche Antworten das Design dazu einbringen kann. Verhindert mangelndes Wissen nachhaltiges Design? Ja sicher, doch das sei ein globales Problem, ergänzt Singal Moesch: «Viele Designer sind sich der Notwendigkeit zwar bewusst, nachhaltige Produkte zu entwerfen, aber den integralen Prozess zu beherrschen, ist schwierig.» Für Lifegoods bedeute Nachhaltigkeit deshalb in erster Linie Objekte zu entwerfen, die der Zeit standhalten: «Damit man nicht stets neue kauft.»

Anna Blattert und Daniel Gafner von Postfossil zeigen mit der Leuchte «First Light», was es braucht, bis ein Lämpchen leuchtet.

Die fünf Designbüros

--> Moritz Schlatter (32), Geroldstr. 31/33, Zürich, www.moritzschlatter.com

--> Guido Styger (33), 28, rue de la filature, Carouge, www.object21.com

--> Anna Blattert (28), Neugasse 59, Zürich, Daniel Gafner (31), Hermettschloost. 70, Zürich, www.postfossil.ch

--> Yves Raschle (34), Thomas Wüthrich (1975), Schlachthofstr. 10, Basel,

www.inchfurniture.ch

--> Olivier Burgisser (29), Sophie Depéry (31), Singal Moesch (27), rue de Genève 19, Lausanne, www.lifegoods.ch

Was das bedeute? Sophie Depéry: «Die Funktion ist der Ausgangspunkt. Unser Ziel ist es, den Entwurf zu rationalisieren: in seiner Funktion, Form und Produktion. Wir streben das einfachste Mögliche an und verwenden lokal verfügbare Materialien, achten darauf, wie sie eingesetzt werden, wie sie altern und wie wir sie mit anderen Materialien mischen.» Etwa bei ihrer Möbelserie, die sie im Frühling erstmals gezeigt haben: Sie besteht aus Regal, multifunktionalem Ess-, Arbeits- und Präsentationstisch sowie einem Pult für Kinder, dessen Arbeitsfläche in der Höhe verstellt werden kann. Was noch Prototyp ist, stellt ein lokaler Schreiner her, aus einer Dreischichtplatte.

«Die Basisfunktion ist wichtig, bleibt die Frage, wie wir eine Form finden, die kräftig genug ist, eine eigene Welt aufzubauen», fährt Olivier Burgisser fort. Denn die Konkurrenz sei gross, mit dem Argument Nachhaltigkeit noch kein einziges Produkt verkauft. Wie also kommen sie zu Formen, die überdauern? Das Ziel ist klar, Wege dahin testen sie nun aus. Sie spielen sich Begriffe zu wie: nüchterne, ökonomisch geführte Linien, eine Gestaltung, die nicht schreie. Der Ausdruck des Objekts dürfe nicht alles überstrahlen. So erhalte ein Produkt Eleganz, Charakter. «Je weniger Linien, desto besser.» Ornament als Verbrechen?

Ein kurzer Blick in die Runde: «Das heisst nicht, dass wir das nie machen werden, aber jetzt suchen wir Einfachheit und Bescheidenheit der Formen.» Die Geschichte zeige, was sich bewährt habe und was nicht. «Vielleicht ist dauerhaftes, der Zeit enthobenes Design ein Widerspruch in sich selbst. Anstreben kann man es trotzdem.»

Kurz vor zwölf Uhr kommen wir auf den Boden zurück. Lifegoods wissen, dass sie mit ungedeckten Schecks argumentieren. Vieles, was gross angedacht ist, muss sich in der Realität beweisen, auch damit das neu gegründete Unternehmen überlebt. Klar ist, dass ihre Liebe dem Produkt gehört und nicht der Grafik, die sie über Wasser hält. Das in der Schule aufgebaute Selbstbewusstsein und das Können, mit Design Bildern abzurufen, werfen sie in die Waagschale. Sophie Depéry: «Auf unserem Niveau machen wir Vorschläge, diskutieren mit den Herstellern, denken nach, wie man ein Produkt besser herstellt.» Genügt das? «Eh ben oui, viele verdienen so ihr Leben.»

Handel treiben: INCHfurniture

In Basel, mitten im Gundeldinger Quartier, liegt die Schreinerei. Die Stichsäge rattert laut, es liegt Holzstaub in der Luft. Yves Raschle und Thomas Wüthrich zeigen den →

