

Die Enkel des Bauhauses

Die junge Gestaltergeneration zeichnet sich durch ein hohes Reflexionsniveau aus. Das zeigen beispielhaft die Arbeiten der fünf Designer, die für den Nachwuchspreis des German Design Award nominiert wurden.

VON ANNEMARIE JAEGLI. Wenn allenthalben die Rede davon ist, dass Design eine Heimat in Deutschland habe und dass dies das Ergebnis intensiver Auseinandersetzungen einiger Persönlichkeiten mit Zweck und Funktion, Benutzung und Verfügbarkeit von gut gestalteter, zugleich masentauglicher Gebrauchskunst sei, so kommt unweigerlich der Name Bauhaus ins Spiel. In der Tat hatte der Gründer dieser Schule, Walter Gropius, die Absicht, unter dem Dach der Architektur alle Künste zu vereinigen, um so positiv auf die Gesellschaft und die Lebensumstände breiter Bevölkerungsschichten einzuwirken. Und obwohl das Bauhaus nur vierzehn Jahre (1919–1933) existierte und lediglich einen geringen Teil seines vorgetragenen Anspruchs tatsächlich einzulösen imstande war, erfährt es eine bis heute ungebrochene Rezeption; einige der wenigen in die serielle Fertigung gegangenen Produkte sind regelrecht zu Ikonen avanciert. Sie stehen heute allzu oft verkürzt, exemplarisch

für einen nie intendierten sogenannten Bauhausstil – ein Missverständnis, das jedoch die Suche oder das Bedürfnis nach scheinbar einfach zu identifizierenden Vorbildern dokumentiert.

Viele Architekten (wie auch Immobilienmakler) und Designer berufen sich gerne unmittelbar auf das Bauhaus, knüpfen an die überlieferte Gestaltungshaltung an, die – oberflächlich betrachtet – vor allem durch Schlichtheit und Funktionalität gekennzeichnet ist, und legitimieren darüber ihren konzeptionellen Entwurf (oder ihre Verkaufsstrategie). Dabei hält der reformerische Ansatz des Bauhauses tatsächlich noch weitere, über den rein formal-ästhetischen Aspekt hinausgehende Anknüpfungspunkte bereit, die ihre Gültigkeit bis heute nicht verloren haben und für den Gestaltungsprozess nach wie vor richtungsweisend sein können.

Während vielfach die Frage der Relevanz von Design angesichts der Überfülle an Angeboten, der Flut an verfügbaren Informationen und des Arguments,

dass es alles schon mal gegeben hat (wozu

also den 10 000. Stuhl „entwerfen“?),

in den Raum gestellt wird, gehen

den Nachwuchsdesignern weder die Ideen noch der Bedarf an

Diskussionen über Sinn,

Zweck und Wert von Design

im 21. Jahrhundert aus. Das

hohe Reflexionsniveau der

jungen Gestaltergeneration

lässt sich beispielhaft an den

Produkten ablesen, die in

diesem Jahr von den fünf

Finalisten zum Nachwuchs-

preis des German Design

Award eingereicht worden

sind: Für Bastian Illerhaus

zeichnet sich Kommunikati-

onsdesign durch eine klar

definierte Botschaft, deutliche Strukturen und eine eindeutige Formsprache aus, wobei er auch die emotionale Ebene einbezieht, um seine Botschaften zu vermitteln. In seiner Diplomarbeit „play play play – Chronik der Finanzkrise“ setzt er zu diesem Zweck Playmobil-Figuren ein. Die ironische Anspielung auf den als Spielwiese missbrauchten Finanzmarkt verknüpft er mit der Erinnerung an harmloses Kinderspielzeug und weckt damit die Neugier des Betrachters.

Stephanie Jasny macht vor allem der Schöpfungsmoment im Möbeldesign Freude, also der Augenblick, in dem sie die Idee in die materielle Existenz überführt. In ihren schlichten, in besonderer Weise auf die Primärfunktion bedachten Möbel- und Leuchtenentwürfen verbindet sie Kreativität mit handwerklichem Können. Auch sie legt Wert auf den Umstand, dass bei der Auswahl der Objekte und deren Rezeption Gefühle eine nicht unbedeutende Rolle spielen.

Der Typograf und Kommunikationsdesigner Alexander Lis bevorzugt reduzierte Gestaltung, klare Sprache und einen bescheidenen Auftritt. Seiner Idealvorstellung zufolge könne mit diesen Mitteln das ästhetische Bild eines gesamten Landes verändert werden.

Gelungenes Industriedesign stellt für den interdisziplinär denkenden und agierenden Marko Müller das Zusammenspiel von Ästhetik, Funktion und Symbolik dar. Seine Arbeit, die sich streckenweise auch mit hochaktuellen ökologischen Themen auseinandersetzt, ist durch eine analytische, prozessorientierte Herangehensweise gekennzeichnet.

Sven Quadflieg bezeichnet Kommunikationsdesign als die Grundlage des gesellschaftlichen Lebens. Mit seinem Grafikdesign möchte er insbesondere dazu beitragen, die nur scheinbar selbstverständlichen Abläufe des Alltags besser zu bewältigen.

Was die hier beschriebenen Objekte der Nachwuchs-Finalisten eint, ist ihr ästhetischer Gebrauchswert und ihre gestalterische Reduktion einerseits sowie ihre Tauglichkeit für eine zu steigernde Lebensqualität andererseits. Die Designer verfolgen damit den hohen Anspruch, nicht alleine auf die Bedürfnisse und sich ändernden Ansprüche der Menschen einzugehen, sondern die Lebensumstände auch im Allgemeinen zu verbessern. Darin besteht ihre Innovation, darin knüpfen sie – bewusst oder unbewusst – an die Vorstellungen des einstigen Bauhauses an.

Dr. Annemarie Jaeggi, Direktorin Bauhaus-Archiv/Museum für Gestaltung, Berlin



HELP JAPAN!

www.help-japan.de

日本映画祭 JAPANISCHES FILMFESTIVAL

NIPPON CINEMA

NIPPON VISIONS

NIPPON RETRO

NIPPON CULTURE

PARTIES & KONZERTE

AUSSTELLUNGEN

TICKETS

www.nipponconnect.de

Markante Ha Arbeiten von S und Alexander jungen Design fünf Finalisten preis des Ger