

Design and Identity

Eine Ausstellung zum europäischen Design in Humlebaek

Das Louisiana Museum in Humlebaek nördlich von Kopenhagen präsentiert zurzeit unter dem Titel «Design and Identity» Aspekte des europäischen Designs. Die Ausstellung, unterteilt in zwei Bereiche, konzentriert sich im ersten Teil anhand von Beispielen aus zehn Ländern auf den Zusammenhang zwischen nationaler Identität und Produktdesign. Im zweiten Teil wollen acht Installationen von zwölf eingeladenen Gestaltern dem Besucher Regionen näherbringen, die als Hochburgen des europäischen Designs gelten. Dabei wird europäisches Design gleichgesetzt mit dem Motorrad aus Deutschland, der Kaffeekanne aus Italien, den Briefmarken aus den Niederlanden.

Im Falle von Mario Botta wird der Beitrag zur (erwarteten) Nabelschau: Seine Stühle sagen zwar viel über Botta, aber kaum etwas über die Herkunftsregion, das Tessin, aus. Doch der Titel verspricht nicht eine egozentrische Leistungsschau zweifellos guter Designer, sondern eine eingehendere Auseinandersetzung, die – nachzuvollziehen etwa am Beispiel Sloweniens – durchaus brisant wäre. Kopfarbeit also. Doch dazu wird man in der Enge zwischen Exponaten und Vitrinen nicht angeregt. Eine eigene Ecke und mehr Platz gar als einzelne Länder erhielt der Franzose Philippe Starck. Dies wohl nicht ohne Grund, sind doch seine gestylten Objekte im Museumsshop käuflich zu erwerben.

Um ein Gegengewicht zu solch kommerzieller Präsentation bestrebt ist ein anderer Franzose: Roger Tallon. Seine Installation im leicht abgetreppten kleinen Auditorium geht mit acht auf die Raumdiagonalen verteilten Videotürmen, einem

Videobeam und drei Diaprojektoren nicht nur auf den bestehenden Raum ein. Sie bildet auch den einzigen Ort, an dem das Design in den Bereich des Virtuellen entrückt wurde. Die Bilder ab Band zeigen unterschiedlichste französische «Designprojekte» der letzten Jahre. Mit der Verbindung von Computersimulation und «realen» Bildern verweist Tallon auch als einziger darauf hin, dass der Identität eines Gegenstandes immer zuerst ein Formfindungsprozess, eben das Design, vorausgeht, dass also Identität erarbeitet werden muss.

Den Weg der Verweigerung des gestylten Objekts geht auch das Architekturbüro Herzog & de Meuron mit seinem Beitrag zum Thema Schweiz. Doch schliesslich können sie es nicht lassen, ihre Sicht des Schweizer Designs mit einem Ricola-Bonbon, einer Davidoff-Zigarre und einer Karte des Amtes für Landestopographie zu veranschaulichen. Mit dem Hinweis, diese Gegenstände würden erst beim Benutzen ihre wahre Qualität entfalten, beweisen sie aber durchaus auch Humor. – Obwohl der Katalog Ansätze zu einer Auseinandersetzung bietet, bleibt der schale Nachgeschmack einer allzu schnell gemachten Ausstellung. Dies enttäuscht um so mehr, als die Schau im Rahmen von Kopenhagen als europäischer Kulturhauptstadt präsentiert wird. Es bleibt zu hoffen, dass die folgenden Ausstellungen, unter anderem zum dänischen Design, sorgfältiger konzipiert und ausstellungstechnisch überzeugender umgesetzt werden. (Bis 28. April; der Katalog kostet 99 Kronen)

Christoph Affentranger