

062 Hässlich, kitschig und teuer

Text: Peter Grünbaum



Was soll das mit all den hässlichen neuen Stühlen? Möbel aus Karton von berühmten Architekten und gestapelte Holzkisten mit billigem Laminatüberzug? Delphis-Porzellan mit eingesetztem Gips? Warum zahlen immer mehr Leute Zehn- oder Hunderttausende für ein Holzgestell, das aussieht wie aus dem Hobbykeller, oder für einen Tisch aus Kunststoff, der anscheinend zu lange in der Hitze gestanden hat?

Maarten Baas, zum Beispiel, hat in seiner Möbelkollektion «Smoke» unter anderem das «Carlton» von Ettore Sottsass mit einem Flammenwerfer maltätriert. Das 20 000 Franken teure «Carlton» wird so noch wertvoller, da es mit einem Augenzwinkern vom Design zur Kunst erhoben wurde. Doch das ist ein Pappenstil, wenn man bedenkt, dass das grosse Plastikherz von Jeff Koons bei einer Auktion von Sotheby's in New York fast 24 Millionen Dollar gelöst hat. Purer Kitsch – aber eben auch hohe Kunst.

Jedes dieser Objekte ist charmant und eigenartig. Ich würde behaupten, dass sie nicht einmal gegen die traditionellen Vorstellungen gestaltet sind von dem, was gut ist, gut aussieht oder geschmackvoll ist – sie sind oft nur

vorsätzlich hässlich, kitschig, vulgär und unpraktisch dekadent.

Einiges an dieser Kunst hat dennoch mit dem Kampf gegen die konventionelle Ästhetik zu tun und der Hoffnung, unerwartete Schönheit zu entdecken. Künstler arbeiten – im Gegensatz zu Designern – mit Objekten, die nicht unbedingt eine Funktion haben müssen. Es steht ihnen frei, ihre eigenen Impulse einzusetzen. Heute ist vieles möglich, was früher schon rein technisch nicht ging: Sowohl auf der Designerseite (Cappellini, Edra, Molteni, Vitra etc.) als auch auf der Seite der Künstler: Computergestützte Laserfertigung fräst aus fast allen Materialien und Materialstärken das gewünschte Objekt. Dann die neuartigen Kunststoffe und Materialverbindungen, die Klebetechnik ...

Kitsch kommt von **kitschen**, einem alten Verb, das eigentlich **zusammenkleben** bedeutet – auch inhaltlich. Da schneit es dann im Wasserhalbrund auf Hawaii. Kritiker der «Designkunst» beklagen es, dass Kitsch und Infantilität Einzug gehalten haben. Dies ist nachvollziehbar, aber es ist mehr im Spiel: zum Beispiel Ironie – nicht nur um modisch zu sein. Solcher Kitsch spiegelt auch die ambivalente Haltung, was Design ist, was es kann und was nicht. Ge-

wisse Konzepte und Formen der Ästhetik sind dem Designer vor lauter Funktionalität nicht mehr zugänglich. Ausserdem müssen Designobjekte in Massen produziert werden können. Ehrgeizige Designer sind in diesem Käfig gefangen – und zugleich im Wettbewerb um das gleiche Publikum.

Ich habe oft teure Möbel zehn Jahre «gratis» genutzt und dann wieder verkauft.

Die Käufer von künstlerischen «Entwürfen» dagegen sind die, die auch Bilder kaufen. Wenn Sie sich fragen, ob Sie für 30 000 Franken ein verkohltes Sofa erwerben möchten oder lieber ein Gemälde – müsste dann hinter dem Sofa nicht ebenfalls eine grosse Idee stecken? Die Frage sei erlaubt: Können diese Künstler nur bestehen, indem sie ein Objekt verkitschen, verwitzeln, verbraten – clever, aufwändig, mit gehobener linker Augenbraue, um nicht als kommerziell, hübsch oder massentauglich zu gelten? Sind hässliche Stühle, kitschige Herzen, vulgäre Materialien der einzige Weg, ein Konzept als Objekt zu inszenieren? Ich denke nicht. Dass es auch anders geht, zeigen Objekte von Mendini, Sottsass, Ron Arad, Tom Dixon, oder Marc Newson, um nur einige zu nennen.



Der pointillistischen Proust-Sessel von Alessandro Mendini aus dem Jahr 1978 ging für 80 000 Franken über den Tisch – und da steht nun gewiss eine Idee dahinter, genau wie bei den Objekten weiterer Designer-Künstler, die Preise weit über 100 000 Franken erzielen. Das sind Dimensionen, die fraglos nichts mehr mit dem Alltag zu tun haben.

Seit den 80er Jahren ist alles designt: Zahnbürsteli und WC-Bäseli und Feuerzeuge, Zahnstocher, Hundehalsbänder, einfach alles – es zum Heulen.

Wer also sind die Käufer von so teuren Objekten? Die Palette ist recht breit gefächert. Neben dem potenten Sammler sind auch jüngere Grafiker oder Architekten dabei oder einfach Leute, die ein oder zwei tolle Objekte in der Wohnung wollen und auf etwas anderes – zum Beispiel Sportfelgen oder Aktien – zugunsten einer qualitativen Rendite verzichten. Ich habe oft teure Möbel zehn Jahre «gratis» genutzt und dann zu einem höheren Preis wieder verkauft. An Designbörsen und in Secondhand-Shops kann man auch mit einem

kleineren Geldbeutel und etwas Glück noch ein paar Schnäppchen finden. Doch welches sind die Klassiker von morgen?

Die Globalisierung sorgt dafür, dass jedes Angebot vor allem auf Vermarktung und Medienpräsenz ausgerichtet ist. All die Events, die Höchstpreise für Vintage-Objekte, Messenszenierungen auf der einen Seite; und die Reeditionen, Vitra-Miniaturen, limitierte Serien – zum Teil mit schon fast unlimitierten Stückzahlen – oder Kopien zu tiefen Preisen: Das ist das Opium fürs Volk, denn jedeR möchte ganz zuoberst in der Pyramide dabei sein, bei der Kunst, die unerschwinglich ist und das Medienthema.

Seit den 80er Jahren, dem Jahrzehnt des Designs, ist alles, aber wirklich alles designt: Zahnbürsteli und WC-Bäseli, Feuerzeuge, Zahnstocher, Hundehalsbänder – es ist zum Heulen. Ich kann verstehen, dass ein Künstler diese Designstücke gerne abfackelt. Den Bauhäuslern ging es damals auch nicht um das marktkonforme Entwerfen, sondern darum, mit neuen Formen die Welt zu verändern. In diesem Sinn haben zum Beispiel Konstantin Grcics Objekte, Hannes Wettstein, die Brüder Bourroulec oder Ross Lovegrove gute Chancen auf den Klassiker-Status. In frühestens fünfzehn Jahren.

Der Künstler interpretiert einen Klassiker – wie Lang Lang eine Beethoven-Sonate.

Ich hätte gerne so ein verkohltes Teil von Maarten Baas. Vielleicht einen Steinway-Flügel oder etwas von Memphis? So als Antesignstück bei mir zu Hause. Neben den edlen und puritanischen Objekten von Franz West, Patrick Norguet und Shiro Kuramata. Als Provokation und Understatement. Doch bis ich mir das leisten kann, tut es auch ein selbst verkohltes Ikea-Gestell. +

Peter Grünbaum ist
Vintage-Möbelhändler und Galerist