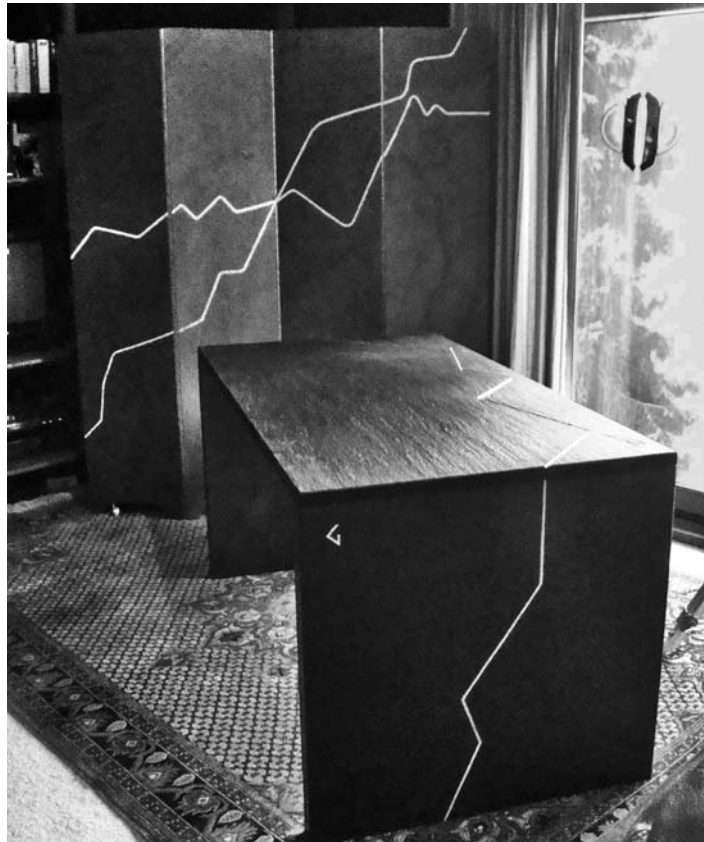


KUNST UND DESIGN – WO LIEGEN DIE GRENZEN?

ROBERT STADLER

Zwei Natursteinfachleute mit besonderem Flair für Design äussern sich aus je unterschiedlichem Blickwinkel zum Unterschied von Design und Kunst – und sind sich dabei erstaunlich einig.

Beim Design muss ich mich vor allem mit den Interessen jener auseinandersetzen, denen das Designobjekt dienen soll, also den Kunden», sagt Ernesto Ghenzi, Bildhauer und VSBS-Geschäftsleitungsmitglied aus Rapperswil-Jona, auf die Frage, was ihm der Begriff Design bedeute. «Design-Entwürfe sind für mich vor allem zweckorientiert, also funktional geprägt. Design hat eine bestimmte Funktion für einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Sache und kann auch industriell in grossen Mengen produziert werden, während in der Kunst eher Einzelstücke ohne zwingende Funktionalität entstehen.» Dies, so Ghenzi weiter, bedeute aber nicht automatisch, dass Design-Objekte nicht auch künstlerisch wertvoll sein können. Als Einzelstücke oder in Kleinserien produziert sei dies durchaus möglich, nämlich dann, wenn sie sich durch ihre Einzigartigkeit von anderen Objekten abgrenzen. Die Übergänge könnten dabei fließend sein: «Fest steht für mich aber, dass die Freiheit des Künstlers grösser ist als die des Designers. Und ebenso klar ist: Was in grosser Masse und industriell produziert wird, hat für mich keinen künstlerischen Wert mehr, selbst



Arbeitspult und Paravent, Schiefer mit Gravour und Blattgold; Design: Ernesto Ghenzi

wenn es mir formal und ästhetisch gefällt.»

«Ich produziere lieber Einzelstücke»

Obwohl er gelegentlich einzelne Designobjekte – wie im vergangenen Jahr etwa seine Ruhesteine «Siesta» – entwirft, sieht sich Ernesto Ghenzi als Bildhauer und nur bedingt auch als Designer. Er denke

bei seinen Entwürfen nicht an eine mögliche Serienproduktion. «Es wäre für mich auch schwierig, die Produkte, die ich für private Kunden erstelle, später noch als Serie zu vermarkten», erklärt er, «sonst müsste ich nämlich zunächst eine Form in Serie erstellen und erst danach den Kunden ansprechen, da der Hauptvorteil einer Serienproduktion natürlicherweise in den

sinkenden Produktionskosten liegt. Andererseits wären die dafür erforderliche Vorfinanzierung ein erheblicher Kostenfaktor und der Erfolg erst noch nicht garantiert. Und schliesslich braucht es für Serien zuverlässige Produzenten, die in der Lage sind, das gewünschte Objekt umzusetzen.» Ernesto Ghenzi produziert also lieber Einzelstücke, was auch von seinen Kunden gesucht und gewünscht werde. Allerdings schliesst er Serien nicht ganz aus: «Sollte eine entsprechende Anfrage kommen, bin ich sicher bereit, auch eine grössere Stückzahl zu herzustellen.»

Über das Handwerkliche hinaus

Martin Hauri von der Martin Hauri Stein GmbH in Zürich vermarktet Design-Produkte aus Stein. Design sei schon fast ein bisschen zum Unwort geworden, so inflationär werde er gebraucht und vielfach auch missbraucht, findet er. Zwar zähle Stein zweifellos zu jenen natürlichen Materialien, die sich sehr gut für Design-Objekte eignen – allerdings nicht für alle. «Ich halte es da streng mit Max Bill und anderen Vertretern der Moderne, wonach die Form der Funktion folgen sollte», sagt Hauri. «Das heisst für mich: Es gibt gewisse Objekte, für die sich Stein wenig bis gar nicht eignet, für dekorative Elemente an Decken beispielsweise.» Dagegen sei der Boden quasi ein natürliches Anwendungsgebiet für Steinmaterialien, ebenso alle Objekte und Räume, die in Verbindung mit Wasser stehen. Der Zusammenhang Wasser–Stein sei ja bereits von der Natur her gegeben, etwa bei Flusslandschaften, Küsten usw. Allein schon deshalb würden Gegenstände und Möblierungen aus Stein sehr gut in Nassräume passen. Ein gewöhnlicher Bodenbelag sei für ihn aber natürlich noch kein Design-Objekt, sagt Hauri: «Design ist, wenn ich für ein Objekt einen speziellen Entwurf anfertige. Hinter einem Designobjekt muss eine bestimmte geistige Leistung stecken, die über das rein Handwerkliche hinausgeht.»



«Drei Dinge sind für mich beim Design wichtig: erstens die praktische Funktion, zweitens die formal-ästhetische Funktion und drittens die symbolische Funktion.»

Ernesto Ghenzi



«Wir besinnen uns heute in unseren Design-Objekten verstärkt auf Schweizer Materialien. Wir spüren, dass dies bei vielen Kunden sehr gut ankommt.»

Martin Hauri

Design erfordert Mut

Zur Abgrenzung zwischen Kunst und Design meint Martin Hauri: «Die Begriffe sind zwar verwandt, meinen aber zwei ganz unterschiedliche Dinge. Ein Design-Objekt ist per se noch lange kein Kunstobjekt, kann es aber unter Umständen sein. Ich sehe den Designer nicht als Künstler, eher als Formgeber. Design-Objekte lassen sich in der Formgebung und auch im Material wiederholen. Wobei sich beim Naturstein die Situation insofern etwas anders darstellt, weil jeder Stein – und stamme er auch aus ein- und demselben Steinbruch – zu einem gewissen Grad selbst immer ein Unikat ist.»

Hauri arbeitet seit zehn Jahren mit Max Frei zusammen, der im Jahr 2000 gemeinsam mit dem Designer Spallo Kolb das Design-

Label «MaXim» entwickelt hat. Frei betreibt in Widnau SG ein eigenes Steinverarbeitungswerk und war in der Schweiz einer der Ersten ausserhalb der klassischen Bildhauerei, der massive Objekte aus Naturstein entwarf und ausführte. Inzwischen umfasst die Kollektion etwa zwanzig verschiedene Produkte mit Schwergewicht Bad. Auf Bau- und Wohnmessen wie der «Bauen+Modernisieren» und «Neue Räume» in Zürich stossen diese Designprodukte wie Waschbecken, Badewannen oder Tische regelmässig auf sehr positive Reaktionen. Hauri: «Die Resonanz ist jeweils gross bis überschwänglich. Allerdings zeigen sich bei vielen Interessenten dann oft zwei Hemmschwellen: Die eine ist der Preis, denn unsere Objekte sind wegen ihrer aufwändigen Verar-

beitung nicht besonders billig, die andere ist die Angst vor dem eigenen Mut. Der Kauf eines nicht alltäglichen Produkts erfordert eben auch ein gewisses Selbstvertrauen, das nicht jedermann hat.» Welche Interessenten bleiben und entscheiden sich schliesslich für den Kauf eines Designobjekts? Sind es die besonders Wohlhabenden? «Nein, es sind sehr oft Menschen aus dem gehobenen Mittelstand, meist solche mittleren bis älteren Jahrgangs», hat Martin Hauri beobachtet. Vor allem aber seien es stilsichere Menschen. Eine wichtige Ansprechgruppe seien dabei jene Haushalte, aus welchen die Kinder gerade ausgeflogen seien. Sehr oft würde dann das Haus renoviert und neu mit Designobjekten eingerichtet.



Links: Waschsäule in Valser Quarzit, Oberflächen fein geschliffen; Design: Peter Zumthor
 Unten links: Waschtisch mit integrierter Waschmulde in schwarzem brasilianischen Schiefer; Design: Max Frei
 Unten rechts: Lavabo mit integrierter Wandbefestigung in Buxy bajadère, Design: Béatrice Zurlinden Bombazurra

