

ICH LIEBE ES, WENN ES MÖGLICHST ENG WIRD

Der Schweizer Designer Jörg Boner im Gespräch über Hässlichkeit, Bling-Bling und Minimalismus und die Schnittmenge zwischen Emotion und Funktionalität.

Albert Niemann Interview Milo Keller Foto

Lassen Sie uns über Ihre Zusammenarbeit mit den Wittmann Möbelwerkstätten, genauer gesagt über Ihr Projekt „Oyster“ sprechen. Was war an dieser Kooperation besonders?

Besonders war, dass Wittmann unter anderem einige sehr alte, ganz besondere Stücke in seinem Programm hat. Da stellt sich natürlich gleich einmal die Frage, wie geht so ein Traditionshaus mit der zeitgenössischen Welt um? Wie kann man also heute etwas entwickeln, das zur Firma passt und sich in ihre DNA einreicht. Das ist die große Herausforderung.

Wie sind Sie an diese herangegangen?

Ich hab mir das Unternehmen gut angeschaut, hab schon bald Frau Wittmann und ihren Mann, Herrn Hofer getroffen, und mich ausführlich mit ihnen unterhalten, sozusagen den Puls der Firma gefühlt. Auf der anderen Seite war es mir auch wichtig, von außen etwas über dieses „Österreichische“ herauszukriegen. Ich hab mich dann auch sehr mit Kleinpölmöbeln auseinandergesetzt, wie sie auch oft in Kaffeehäusern zu finden sind. Wohl darum bin ich auch beim kleinen, visuell und physisch leichten Möbel geblieben, das trotzdem alle Sitzqualitäten vorweist, die man von Wittmann erwartet.

Wie kam es zum Namen „Oyster“?

Das kam erst ganz zum Schluss von der Firma Wittmann. Das Produkt hat zwei Seiten, eine relativ harte Außenseite und eine weiche, strukturierte Innenseite. Daher das Bild der Auster.

Sie erwähnten das „Österreichische“. Erklären Sie uns, was Sie konkret damit meinen?

Wenn ich zum Beispiel im Pölmöbelbereich Italien als großen Gegenspieler hernehme, geht es dort sehr viel um Show. Es wird eine Menge für große Räume entwickelt. Sehr viele Möbel

sehen sehr gut aus, wenn sie vier, fünf Meter lang sind. Österreich ist eher kleinräumig, auch im Kaffeehaus muss ja auf Platz geachtet werden. Und die Platzfrage hat natürlich heute eine große Aktualität. Ich denke, wir müssen uns im Zusammenrücken üben und mir gefällt die Überlegung, etwas zu machen, das für Komfort und Luxus in einem guten Sinne steht, aber halt für kleinere Räume entworfen wurde.

Sie sprachen von Italien und Österreich. Wie sieht es denn im Schweizer Design aus?

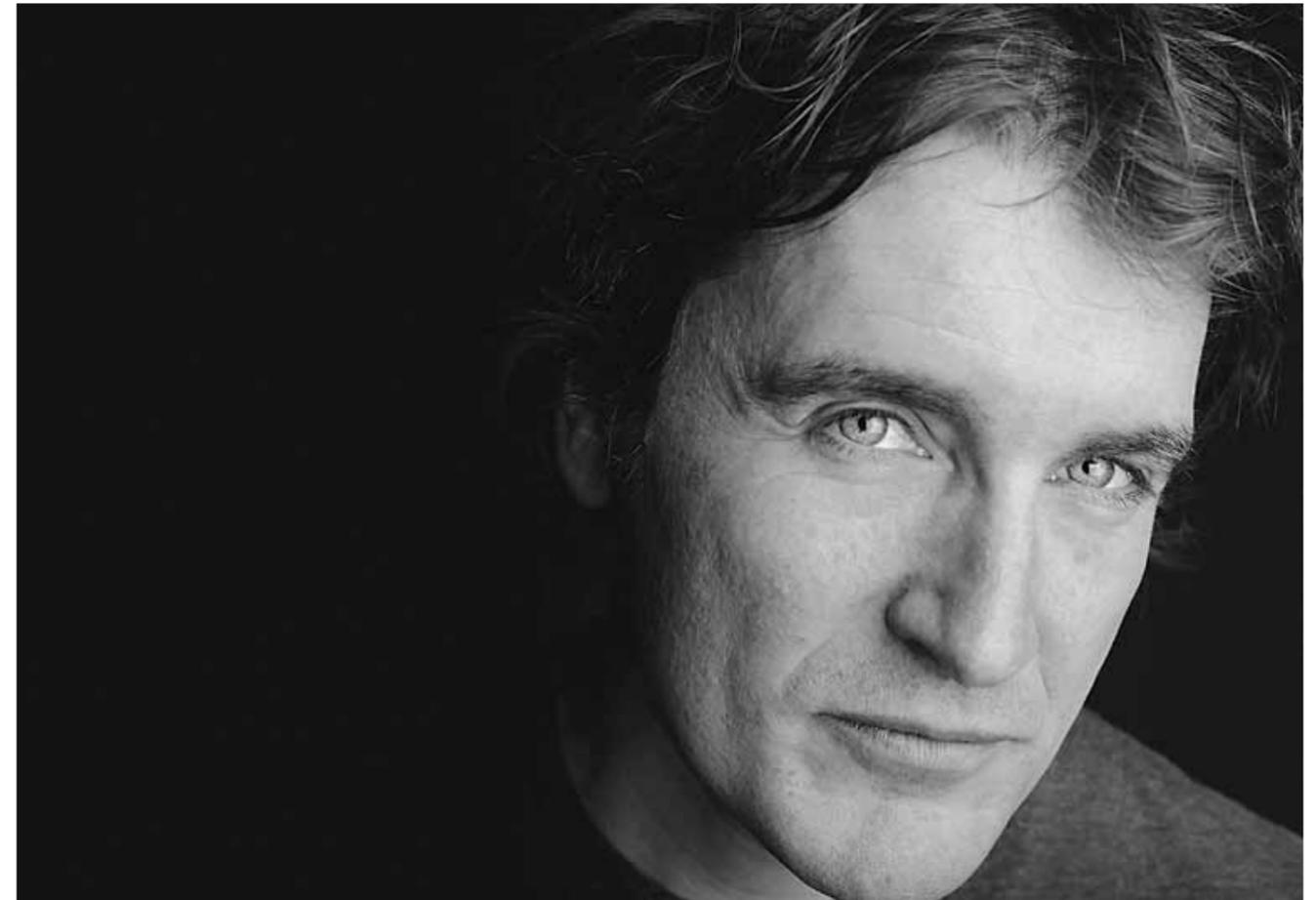
Ich denke, der Unterschied zu Österreich ist gar nicht so groß. Wir sind bestimmt nicht so katholisch wie die Italiener und ich glaube, im Moment passiert auch einiges in Sachen Authentizität. Ich hab das Gefühl, die Leute möchten vermehrt wissen, was sie kaufen und wünschen sich, dass die Produkte auch so ausschauen wie sie sind.

Aber bezüglich des Traditionellen im Sinne von Manufakturen gibt es durchaus Unterschiede.

Ja, da habt ihr in Österreich mehr Tradition, mehr Geschichte. Die Schweiz hatte weniger Manufakturen, bei uns gab es auch keine Hoflieferanten. In der Schweiz ging es eher Richtung Kleinindustrien. Also Firmen wie Wittmann oder Lobmeyr haben wir in der Schweiz leider nicht.

Wie denken Sie über das Know-how, die handwerkliche Expertise im Zusammenhang mit einer solchen Kooperation?

Das Fertigungs-Know-how ist enorm wichtig. Bei Wittmann sind da ja Leute, die traditionelle Handwerke erlernten und auch 3-D-Zeichnungen umsetzen können. Handwerk hat sehr viel mit Ethik zu tun, egal ob das eine alte Handlung ist, oder ob es um hochtechnologische Geräte geht.



IHR IN ÖSTERREICH HABT MEHR TRADITION, MEHR GESCHICHTE. DIE SCHWEIZ HATTE WENIGER MANUFAKTUREN, BEI UNS GAB ES AUCH KEINE HOFLIEFERANTEN.

Welche Bedeutung hat in der heutigen Zeit eigentlich noch das Modell im Entwurfsprozess?

Ich finde es äußerst wichtig. Diesbezüglich geht es vor allem um Präzision und den Charakter eines Objektes. Unsere Modelle sind immer im Maßstab 1:1, wir bauen nie kleine, gebastelte Dinge.

Sie sprachen zuvor von Ethik. Lassen Sie uns über Emotionalität sprechen. Wie gehört diese für Sie zu Design?

Oh, das ist ein sehr wichtiges Element, aber man darf es nicht PR-mäßig überstrapazieren. Die Emotion ist der erste Zugang, den wir zu einem Objekt haben. Aber hinter der Emotion muss dann schon noch etwas kommen. Wenn es nur Emotion ist, dann gehts für mich in die falsche Richtung.

Das führt zur Funktionalität. Aber treten sich Emotionalität und Funktionalität nicht oft gegenseitig auf die Füße?

Eines ohne das andere ist wenig wert. Es geht um die Schnittmenge dieser beiden Elemente, die ist das Interessante. Außer-

JÖRG BONER

1968 im schweizerischen Uster, Kanton Zürich, geboren machte Jörg Boner eine Lehre zum Tischler und Innenausbauetechniker, ehe er an der Höheren Schule für Gestaltung in Basel Produktdesign und Innenarchitektur studierte. Nach seinem Studienabschluss 1996 gründete er mit anderen Gestaltern die Designergruppe N2. Im Jahr 2001 eröffnete er sein eigenes Büro „Jörg Boner productdesign“ in Zürich. Mit seinem Kollegen Jonathan Hotz entwirft Jörg Boner Produkte und Räume für verschiedene Bereiche. Zu den Kunden des Designbüros gehören Unternehmen wie Classicon, COR, Louis Poulsen, Nestlé, Nils Holger Moormann, Normann Copenhagen, Team by Wellis, Veuve Clicquot, Wittmann und Wogg. Seit 2002 ist Jörg Boner Dozent an der international renommierten Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL). Für zahlreiche Arbeiten konnte Jörg Boner in den vergangenen Jahren verschiedene internationale Preise und Auszeichnungen entgegennehmen, u. a. den Schweizer Förderpreis 2000 (SMI) für den Schrank HOOVER; für die Bank WHO'S GONNA DRIVE YOU HOME TONIGHT? die Auszeichnung Milan in a van – the best of the milan furniture fair 2002 oder den IF Gold Award Germany 2006 für den Schrank DRESSCODE ...



Im Fokus der ersten Zusammenarbeit des Schweizer und der österreichischen Manufaktur: kleine Räume. Polstergruppe OYSTER für Wittmann. Kompakt, leicht und dennoch bequem.

„MINIMALISMUS WIRD IM MOMENT AUCH ZUM BLING-BLING. DINGE NUR SIMPEL ZU GESTALTEN, GENÜGT NICHT.“

dem bin ich, so glaub ich, schon eher ein Funktionalist und eher der Moderne als der Postmoderne verpflichtet.

Wie schaffen Sie diese Schnittmenge?

Das müssen andere beurteilen. Ich kann nur sagen, dass sie mich sehr interessiert.

Aber wann ist der Punkt erreicht, an dem Sie sagen: „Jetzt passt“?

Nun, es gibt Entwürfe, bei denen ist es besser gelungen als bei anderen. Das fällt einem ja erst im Nachhinein auf. Wenn wir nochmal von „Oyster“ sprechen, schieben sich die beiden Bereiche sehr schön ineinander. Ich hab auch von Wittmann die Rückmeldung erhalten, dass man vom Lederhandwerk keine speziellen Kapriolen schlagen muss, um es zu fertigen. Es ist nicht speziell kompliziert. Und das freut mich natürlich, weil es im Ausdruck etwas hat, das man nicht mit dem nächsten Mitbewerber vergleichen kann.

Lassen Sie uns diesbezüglich über kreative Freiheit sprechen. Salopp formuliert: „Wie sieht es da mit dem ‚Dreireden‘ aus?“

Ich liebe es, wenn es möglichst eng wird. Ich bin ja kein freier Künstler. Was ich mache, ist ja etwas Angewandtes. Es geht um

eine Reaktion auf Bedingungen und darum, aus dem Entwurf das Maximum herauszuholen.

Haben Sie auch schon gesagt „Jetzt reicht mir!“ und das Handtuch geworfen?

Das gibt es natürlich, vor allem dann, wenn ein Auftraggeber nicht dieselbe ästhetische Vorsicht walten lässt, wie wir. In dem Fall kann es schon vorkommen, dass man aufgibt, aber das ist mir schon sehr lange nicht mehr passiert. So eine Kooperation hat auch viel mit persönlichem Verständnis zu tun. Und Vertrauen. Man muss schon an die Sache glauben.

Ist eine Manufaktur diesbezüglich ein besserer Partner als ein Riesenkonzern?

Schon, aber generell gilt, dass die Besitzer die richtigen Entscheidungen fällen müssen, denn Design ist ein wichtiger strategischer Faktor. Und diese Entscheidung muss von jenen getroffen werden, die die Verantwortung fürs Unternehmen tragen. Wenn das Unternehmen so groß ist, dass man immer nur mit der zweitobersten Ebene in Kontakt kommt, dann wird es schwierig.

Also ist auch ein Familienunternehmen von Vorteil?

Ja, auf jeden Fall. Ich habe zurzeit so gut wie ausschließlich mit Familienunternehmen zu tun, genau aus besagtem Grund. Auch hier geht es um geteilte Emotionen. Ohne die kommt ein Projekt nicht voran.

Wie hoch schätzen Sie die Bedeutung von internationalen Events wie der Kölner oder Mailänder Möbelmesse im Vergleich zu nationalen Projekten wie Designfestivals ein?

Die Events, die es schaffen, wirklich viele Leute aus der ganzen Welt zusammenzubringen, die bleiben wichtig und spannend. Schlussendlich gehts doch um nichts anderes als um einen riesigen Marktplatz und wenn die Menschen von weit herkommen, dann ist das von größerem Vorteil als eine Zusammenkunft von Menschen, die man das ganze Jahr über sieht. Die regionalen Events sehe ich also etwas skeptischer.

Wo geht denn die Reise hin, in der Welt der Möbel? Welche Tendenzen orten Sie?

Ui, das ist eine superschwierige Frage. Ich kann es nicht sagen. Ich könnte höchstens das sagen, was ich bereits erwähnt habe und was ich hoffe. Nämlich, dass die Kunden vermehrt über

Fotos: Hersteller

das, was sie kaufen, Bescheid wissen wollen. Aber sicher bin ich mir da auch nicht. Es gibt auch gegenläufige Tendenzen.

Zum Beispiel?

Massenware verkauft sich immer noch blendend. Und wen interessiert schon wirklich, woher die Sachen kommen, außer hin und wieder die Medien. Aber die Leistung passt und die Preise halt auch. Das genügt offensichtlich vielen.

Zwischen Minimalismus und verspieltem Bling-Bling. Wo würden Sie sich stilistisch einreihen?

Ziemlich genau in der Mitte. Minimalismus wird im Moment auch zum Bling-Bling. Dinge nur simpel zu gestalten, genügt nicht. Anders formuliert: Meine Form des Minimalismus soll nicht aufs Minimale reduziert werden. Es geht darum, Dinge einfach zu halten, ihnen aber auch etwas mitzugeben, das über eine gewisse Komplexität verfügt. Ich hab Komplexität sehr gerne, nur nicht an der Oberfläche.

Glauben Sie, dass Kinder kritischer – im Sinne von unverkrampfter – sind, wenn es um die Beurteilung von Design geht? Und: Woran sollte man denken, wenn man für sie entwirft?

Nein, das ist ein Mythos. Wenn man für Kinder gestaltet, muss man wahrscheinlich fast alles, was man gelernt hat, über Bord werfen. Man kann fast keine Konsequenzen aus Erkenntnissen ziehen, weil sie Dinge und die ganze Welt bestimmt freier betrachten. Aber ich glaube nicht, dass sie Design besser beurteilen können.

Drehen wir die Zeit zurück. Was waren in den vergangenen Jahren die größten Irrungen im Design? Was missfällt Ihnen am meisten? Was irritiert Sie?

Was mich sehr irritiert, ist, was seit den vergangenen 15 Jahren im Autodesign passiert. Ein trauriges Bild.

Haute Couture made in Switzerland. WOGG 42 für Wogg. Raffiniert und innovativ ist die zweiteilige Husse des Stuhls. Mit ein paar Handgriffen entfernt, gereinigt und wieder aufgelegt ...



Ein Stuhl ist ein Tisch. WOGG 43 für Wogg. Jörg Boner übernimmt die klare und zurückhaltende Form des Stuhluntergestells von WOGG 42. Fazit: frische, zeitgemäße Ästhetik.

Meinen Sie das ökologisch betrachtet?

Nein, gar nicht, rein formal. Ich hätte mir erwartet, dass sich die Marken viel eigenständiger positionieren. Im Moment haben wir den totalen Einheitsbrei. Eigentlich könnte man eine einzige Gesamtmarke kreieren. Diversität ist komplett abhand gekommen.

Wir haben über Ästhetik und Emotionalität gesprochen. Was fällt Ihnen zum Thema Hässlichkeit im Design ein?

Nichts, weil ich glaube, sie wird bestehen bleiben. Wahrscheinlich wird sie sogar noch wachsen.

Und wie kämpfen Sie dagegen an?

Nun, es ist unser Beruf, Dinge auch im Kleinen so zu gestalten, dass sie eben nicht hässlich werden.