



Jörg Boner (Foto: Linus Bill)

Susanna Koeberle sprach mit dem Designer Jörg Boner über die mannigfaltigen Herausforderungen, mit denen seine Disziplin konfrontiert ist. Dass sie wichtige Impulse für gesellschaftliche Veränderungen liefern kann, wird häufig ausgeblendet.

Susanna Koeberle: **Welche Fragen haben sich dir als erstes aufgedrängt angesichts der aktuellen Krise?**

Jörg Boner: Ich habe nicht den Eindruck, dass dadurch so viele neue Fragen aufgetaucht sind. Es sind eigentlich Themen, die schon in den letzten Monaten oder sogar Jahren da waren. Nun ist es, als ob jemand auf einen Knopf gedrückt und diese Fragen befreit hätte. Dadurch denken wir mehr darüber nach. Doch wir wissen ja schon lange, dass gewisse Dinge so nicht gehen. Ich möchte nicht zu viel in dieses Virus hineininterpretieren. Es ist einfach eine Krankheit, die uns auf dem falschen Fuss erwisch hat, weil wir so schön geworden sind und gemeint haben, wir seien unverletzlich. Jetzt werden wir uns dieser Verletzlichkeit wieder bewusst.

Glaubst du, dass dies auch einen Einfluss haben wird auf unser Konsumverhalten?

Man würde es sich wünschen, aber ich glaube, leider nein. Den Klimawandel erachte ich als die viel grössere Katastrophe als das Coronavirus. Nun haben sich die Prioritäten verschoben und man redet davon, dass die Firmen zuerst wieder gesunden müssen. Erst danach sollen wir uns wieder der CO2-Problematik widmen. Das ist für mich der falsche Ansatz, denn all das ist ja miteinander verzahnt. Ich habe eher das Gefühl, dass Corona eine Art Vorschatten ist und der grosse Schatten erst noch kommt – ohne zu pessimistisch zu sein.

Ändert denn das Virus nicht auch unsere Wahrnehmung auf gewisse Themen wie etwa Design oder Gegenstände allgemein?

Das Interessante ist, dass dieses Virus ein physisches Element besitzt. Es erinnert uns an unsere körperliche Verletzlichkeit. Im besten Falle erinnert diese physische Verwehrtheit und das, was man dagegen tun kann, auch an andere physische Begebenheiten wie Objekte, Produkte und Dinge. Nicht unser Intellekt wird ja angegriffen, sondern unser Körper.

Du hast vorhin den Klimawandel angesprochen. Worin besteht die Verantwortung der Designer*innen?

Designer*innen sind Allgemeinpraktiker*innen. Wir haben einen sehr guten Überblick darüber, wie Dinge hergestellt werden oder auch, wo die Rohstoffe herkommen und wie sie beschaffen sind. Wir sehen hinter die Kulissen. Unsere Rolle könnte darin bestehen, diese Prozesse vermehrt mitzuteilen. Das könnte dazu beitragen, das Bewusstsein für Produkte und Objekte zu schärfen und damit auch unsere Bindung zu ihnen zu stärken. Es geht mir um eine gewisse Ehrfurcht gegenüber dem, was man macht, um Sorgfalt im Handeln, Produzieren und Konsumieren. Wie das etwa auch Richard Sennett in seinem Buch über das Handwerk beschreibt. Wenn ich meine ganze Energie und Aufmerksamkeit in ein Objekt investiere und diesen Gegenstand damit auflade, hat dies einen unmittelbaren Einfluss auf seinen Wert. Das ist für mich die nachhaltigste Art des Handelns.

Kannst du ein Beispiel geben, das direkt mit Klimawandel zusammenhängt?

Wenn man beispielsweise bedenkt, mit welchen Leistungen schon nur Fliegen verbunden ist; sich bewusst zu werden, wie viel kollektives Wissen, wie viel Arbeit, wie viel Technologie in einem Flug von einem Kontinent zum anderen steckt, würde uns schon viel weiter bringen. Wir sind mit so vielen Dingen achtlos geworden: Das ist doch das Giftige. Das gleiche gilt für Produkte. Wenn sie so billig, so schnell verfügbar und jederzeit austauschbar sind, wird man eben achtlos ihnen gegenüber.



Mit der deutschen Manufaktur Stattmann konnte Jörg Boner eine Kollektion aufbauen. Im Bild der Stuhl «CURV». (Foto: Jonathan Mauloubier)

Das ist ja gerade in der Mode besonders krass, findest du nicht?

Ja, das stimmt. Ich habe kürzlich überlegt, mir ein paar neue Schuhe zu kaufen, die allerdings relativ teuer waren. Es gibt einen Moment, an dem es einen Schritt braucht, doch dann weiss man, dass man ein Produkt erworben hat, das die nächsten fünf bis zehn Jahre halten wird. Ich würde mir wünschen, dass Konsument*innen bei Produkten wieder genauer hinsehen und bei der Auswahl mehr Sorgfalt walten lassen.

Wie kann man das den Verbraucher*innen kommunizieren? Und was kann Design tun, damit es nicht lediglich als Lifestyledisziplin wahrgenommen wird?

Das ist eine schwierige Aufgabe und ich glaube, diesbezüglich sind wir als Designer*innen bis anhin gescheitert. Es könnte eine der grossen Aufgaben sein, auch andere Seiten von Design wieder sichtbar zu machen. Denn es gibt durchaus viele Designer*innen, die kritisch sind und sich zu solchen Fragen Gedanken machen. Nur werden wir – gerade auch von der Presse – schnell in diese Lifestyleschublade gesteckt. Dann wird einfach nur über die Neuheit berichtet, die wir gerade in Mailand präsentiert haben.

Ginge es also darum, diese Designprozesse auch einer breiteren Öffentlichkeit zu vermitteln?

Ja, denn mit der Auslagerung der Produktion ging in der breiten Bevölkerung auch das Wissen um Materialien und ihre Qualität weitgehend verloren. Wir sind darauf angewiesen, einer Marke zu vertrauen statt unserer eigenen Wahrnehmung. Wir nehmen die meisten Gegenstände gar nicht mehr so differenziert wahr. Wir sind zu Konsumenten erzogen worden – und die sollen nicht zu viele Fragen stellen. Gegenstände sind einfach ein Konsumgut, das man brauchen und gleich wieder wegwerfen kann. Doch das entspricht nicht der Wirklichkeit: Die Herstellung eines Gegenstandes ist mit komplexen Vorgängen und Implikationen verbunden; mit Hoffnungen und Entbehrungen. Das vergessen wir schnell.

Sind Konsument*innen heute nicht kritischer geworden?

Ja, schon, aber es sind nur kleine Gruppen, die sich dafür interessieren. Dort, wo die grossen Umsätze gemacht werden, ist das noch viel zu wenig Thema. Beim Essen ist dieses Bewusstsein sicher stärker vorhanden, aber beim Möbelkauf sind wir diesbezüglich noch nirgends.

Glaubst du, die neue Generation von Gestalter*innen ist empfänglicher für solche Themen?

Nicht unbedingt. Dieses neue Bewusstsein ist generationenübergreifend. Ich sehe das auch bei den Herstellern, mit denen ich zusammenarbeite. Da werden solche Themen schon lange besprochen. Und ich stelle fest, dass sich in der jüngeren Generation vermehrt weibliche Stimmen einbringen in den Designdiskurs.

Was stark auffällt, ist, dass heute immer mehr Gestalter*innen auch transdisziplinär arbeiten. Welches Potenzial erkennst du darin? Wie arbeitest du?

Ich denke, dieses Transdisziplinäre ist dem Designprozess inhärent. Das ist genau das, was mich daran interessiert. Wir haben im Studio viele Jahre sehr auftragsbezogen gearbeitet. Doch tun wir das vor allem mit Kunden, mit denen diese Art des kollaborativen Arbeitens auch möglich ist. Es zeigt sich auch jetzt in der Krise, dass genau solche Partner extrem wichtig sind. Mit diesen Unternehmen tauschen wir uns jetzt stark aus.



Moving Walls, «Moving Wall», «Moving Table» und «Moving Stool». (Foto: Ingmar Kurth)

Eine spannende Zusammenarbeit entstand mit der Firma Moving Walls aus Luzern. Dabei geht es um die Zukunft des Arbeitens. Wie kam diese Kollaboration zustande?

Die Gründer dieser Firma, die Brüder Marcel und Patrick Frick, befassen sich schon lange mit neuen Arbeitsphilosophien, die auf iterativen Prozessen basieren. Sie zogen mich vor circa neun Jahre hinzu, weil sie auf der Suche nach geeigneten Tools waren, welche diese Form des Arbeitens begünstigen. Ich habe mit ihnen eine ganze Kollektion entwickelt.

Kannst du kurz erklären, was der Grundgedanke hinter «Moving Wall» ist?

Das zentrale Stück ist eine beschreibbare, magnetische und mobile Wand, die aussieht wie zwei schräg aneinander gelehnte Spielkarten auf Rädern. Diese eröffnen ganz neue Formen des Dialogs. Bei einem Meeting an einem klassischen Sitzungstisch entsteht nämlich automatisch eine Hierarchie: Jemand hält eine Präsentation, alle schauen in eine Richtung. Zudem gibt es fixe Positionen, alle machen jeweils für sich Notizen. Diese sind selten öffentlich, sie bleiben in der Privatheit. Dieses Setting wird aufgebrochen. Man sitzt oder steht im Kreis und alle können auf den Workwalls spontan ihre Gedanken aufzeichnen, dadurch entsteht eine öffentliche Diskussion, ein echter Austausch. Die Hierarchie löst sich alleine schon durch die Aufstellung der Personen auf. Die «Moving Wall» erlaubt auch sonst eine höhere Flexibilität, unter anderem, was die Benutzung von Räumen betrifft. Das dürfte allerdings Immobilienbesitzer nicht nur freuen.

Gestaltung kann, wie dieses Beispiel zeigt, extrem viel in den Köpfen der Menschen bewirken.

Ja, aber man muss sich eben aktiv darauf einlassen. Ich bemerke allgemein einen Gap zwischen Theorie und Praxis. Wir sind als Gesellschaft stark in der Theorie verhaftet, wir analysieren Daten, das zeigt sich gerade jetzt ganz ausgeprägt. Aber das wird unser Handeln nicht verändern. Wir müssen wieder lernen, solche Prozesse ernst zu nehmen, das Machen an sich wieder wertzuschätzen. Ein gutes Beispiel für solches Design ist «autoprogettazione» von Enzo Mari aus 1974. Bei diesem Do-it-yourself-Projekt ging es nicht primär um den Entwurf an sich, sondern genau um das Gefühl der Genugtuung und des Glücks, das man hat, wenn man etwas selber macht.

Wie stehst du zum Revival der DIY-Kultur? Heute macht ja jeder Hipster sein Brot selber.

Das ist schon schön und gut, aber ich bin da auch skeptisch. Ich glaube an das Spezialistentum. Nicht jeder und jede kann alles. Wir müssen wieder das Know-how und Können von Profis wertschätzen lernen. Mit diesen Personen aktiv zu kollaborieren, darin sehe ich die Aufgabe des Designers und der Designerin.

Also wieder mehr zum Analogen zurück?

Ja, bei allem Respekt vor dem Digitalen, solange ein Virus uns so bedrohen kann, bleiben wir analoge Wesen.

Und wie siehst du die Rolle von technologischen Innovationen?

Die analoge und die digitale Welt bilden ein grosses Ganzes. Doch wir müssen auch kritischer werden gegenüber neuen Technologien. Die Kuratorin Paola Antonelli spricht in diesem Zusammenhang von einem «Moment der Trunkenheit», dem wir dabei häufig verfallen.

Was ist für dich die Aufgabe von Gestaltung für unsere Gesellschaft – gerade auch angesichts der aktuellen Situation?

Das mag jetzt zwar wie ein Widerspruch zu meiner eben erwähnten Idee vom Spezialistentum klingen, aber ich glaube, dass Design auch die Aufgabe hat, Dinge aus ganz unterschiedlichen Feldern miteinander in Verbindung zu bringen. Gestaltung hat eine Übersichtsfunktion. Doch genau diese Leistungen werden in der aktuellen Krise verkannt, das sieht man ganz deutlich. Das Hybride unserer Tätigkeiten ist in der Politik noch nicht angekommen. Firmen aus der alten Welt bekommen Geldspritzen, um so weitermachen zu können wie bisher und den Kreativen – meist Selbständigerwerbende – gibt man Geld, damit sie nicht aufs Sozialamt müssen. Das ist ein Skandal. Auch die Schweizer Kulturförderung muss sich da Fragen stellen. Ich setze mich stark für ein Umdenken ein. Das Beste von dem, was wir heute tun, ist morgen Kulturerbe und formt die Identität eines Landes. Das darf man nicht sang und klanglos opfern.

Zeigt uns diese Krise im Idealfall, was wichtig ist im Leben?

Es wird vor allem deutlich, dass es keine Sachzwänge gibt. Wir können alles ändern und zwar sofort. Nach der Krise wird sich niemand mehr hinter fadenscheinigen Argumenten verstecken können. Zudem zeigt sich jetzt, welche Arbeiten wirklich systemrelevant sind. Was Design betrifft, sehe ich die Aufgabe weniger in einem übersteigerten Produktivismus oder in Schnellreflexen (wie etwa das Entwerfen von Masken), als vielmehr darin, zu untersuchen, wo Neues Sinn macht und wo nicht. Wir müssen uns fragen, was der Gesellschaft gut tut.

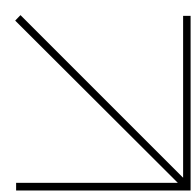


Der «Moving Table» lässt sich beschriften. Er kann ganz einfach auseinander genommen werden. (Foto: Moving Walls)

[Design und Architektur in Zeiten der Krise – ein Interview mit Simone Sfriso und Raul Pantaleo vom italienischen Architekturbüro TAMassociati \(https://www.swiss-architects.com/de/architecture-news/hintergrund/tamassociati-all-unsere-mobilen-kliniken-arbeiten-an-der-bekämpfung-von-covid-19\)](https://www.swiss-architects.com/de/architecture-news/hintergrund/tamassociati-all-unsere-mobilen-kliniken-arbeiten-an-der-bekämpfung-von-covid-19)

[Chinesische Architekt*innen zur Corona-Krise und den Folgen \(https://www.swiss-architects.com/de/architecture-news/hintergrund/die-auswirkungen-der-corona-krise-auf-chinas-architekturszene\)](https://www.swiss-architects.com/de/architecture-news/hintergrund/die-auswirkungen-der-corona-krise-auf-chinas-architekturszene)

Jobs



(https://www.swiss-architects.com/de/stellenanzeigen?utm_source=right-column&utm_medium=web&utm_campaign=job-