

GRID

ZEITSCHRIFT FÜR GESTALTUNG

GRAPHIC + INDUSTRIAL DESIGN

NEU
NEW

RONAN & ERWAN
AUF DER SCHULBANK

MAKING OF:
THE BOURULLECS GO HAY

START

STRATEGISCH
KOMMUNIZIEREN IM WEB

FRESH IDEAS
FOR DIGITAL BRANDING

EMBRACE CHANGE!

SAGMEISTER IST JETZT EINE FRAU

INTRODUCING: JESSICA WALSH

D 15,50 EUR
EU 17,00 EUR CH 22,00 CHF
NR. 01 NOVEMBER/DEZEMBER 2012

4198176015501 01



EDITORIAL



Architektur Ikone 01

*griechisch ikóna: Bilder,
die eine Kultur prägen.*

PAD

design CARLOTTA DE BEVILACQUA
DER BEGINN EINER NEUEN
LED STRAHLER GENERATION

PAD ist eine neuartige Kombination aus Design und Innovation. Seine Größe und Lichtleistung definieren einen zukunftsweisenden Standard architektonischer Beleuchtung. So gewährleistet das Design trotz minimaler Maße einen maximalen Tausch an Wärme, indem neuartige LED Muster mittels eines Keramiksubstrats in direkten Thermokontakt mit den wärmeableitenden Flächen gebracht werden. Informationen: www.artemide.de/pad



GERRIT TERSTIEGE

Sie halten GRID in Händen, die neue Design-Fachzeitschrift aus dem Detail Verlag! Unser Magazin ist international ausgerichtet, erscheint ab jetzt zweimonatlich und widmet sich allen gestalterischen Facetten: Unser Name steht für die großen Themengebiete, die uns beschäftigen – das Grafik- (GR) und das Industriedesign (ID). In beiden Bereichen nutzen Gestalter Grids, also Raster beziehungsweise Wireframes – ganz gleich ob es um Plakat- oder Buchgestaltung, Transportation- oder Web-Design geht. Aber Grids sind heute längst nicht mehr nur dem rechten Winkel verpflichtet, sondern helfen jede denkbare Form oder Struktur auch in der dritten Dimension zu veranschaulichen. Ein Grid liegt sozusagen im Hintergrund der meisten Entwürfe. Und gerade über die Hintergründe im Design – die technischen wie auch die strategischen – wollen wir Sie künftig informieren.

Das Grid der GRID entwickelte der mehrfach ausgezeichnete Editorial Designer Mario Lombardo mit seinem Team in Berlin. Bei der Namensfindung unterstützte uns die Peter Schmidt Group in Frankfurt und gestaltete in der Folge auch die Wortmarke und unser Corporate Design. Die Titelillustration stammt von Jonathan Puckey und basiert auf einem Foto von Mario De Armas, das Jessica Walsh zeigt. Allen beteiligten Verlagskollegen, Autoren und Gestaltern gilt mein großer Dank.

Start: Der Schwerpunkt dieser ersten Ausgabe kreist thematisch um genau die Fragen und Herausforderungen, die Grafik- und Produktdesigner am Anfang einer beruflichen Partnerschaft oder am Anfang eines Projekts beschäftigen: Wie stellt man sich gemeinsam auf, wenn man eine Agentur gründet? Darüber weiß Erik Spiekermann einiges zu berichten und gibt wertvolle Tipps. Wie findet man den passenden Namen für ein Produkt? Hierzu befragte ich Manfred Gotta, der Namen wie Smart, Twingo oder Cayenne erdachte. Und wie kam es eigentlich dazu, dass Stefan Sagmeister eine 25-Jährige kürzlich zu seiner Geschäftspartnerin machte? Unsere Autorin Marie-Sophie Müller traf Jessica Walsh in New York.

Wir würden uns sehr freuen, Sie künftig als unsere regelmäßigen Leser begrüßen zu dürfen! Weitere Infos zum Heft und zum Abonnement finden Sie auf unserer Website www.grid-magazin.de

Wie gefällt Ihnen GRID? Was können wir noch verbessern?
Schreiben Sie uns: terstiege@grid-magazin.de

GERRIT TERSTIEGE
CHEFREDAKTEUR

You're holding it in your hands, GRID, the new trade journal on design from Detail Verlag! International in its focus, our magazine will appear every two months and is dedicated to design in all its facets. Our name stands for the main subject areas that we specialize in – graphic design (GR) and industrial design (ID). In both areas designers work with grids, or wireframes – be it posters or books, automobiles or websites they are creating. But today grids have long since thrown off the formal shackles of right angles, and now act as an aid to bring any thinkable shape or structure into the three-dimensional. A grid is so to speak the medium that holds the back story to almost every design. And this is precisely what we want to tell you about – the stories behind designs, both the technical and the strategic.

The grid for GRID was developed by multi-award winning editorial designer Mario Lombardo together with his team in Berlin. The Peter Schmidt Group in Frankfurt lent us their support in the naming process, subsequently conceiving the wordmark and our corporate design. The cover illustration was realized by Jonathan Puckey, based on a photo by Mario De Armas showing Jessica Walsh. My sincere thanks go to all the staff at the publishing house and the authors and designers who contributed.

Start: The thematic focus of this first issue revolves around precisely those questions and challenges that graphic and product designers face at the outset of a professional partnership or a new project: How do we position ourselves collaboratively when establishing an agency? Erik Spiekermann writes in his article about this important phase, providing you with some valuable tips. How do we find a good name for a product? I posed this question to Manfred Gotta, who has created names such as Smart, Twingo and Cayenne for the automotive industry. And what recently prompted Stefan Sagmeister to make a 25-year-old his new business partner? Our writer Marie-Sophie Müller met Jessica Walsh in New York.

We would be delighted to have you as a regular reader in the future! Further information on the publication and subscriptions can be found on our website www.grid-magazin.de.

What do you think of GRID? What can we do to make it even better?
Write us an email at terstiege@grid-magazin.de

GERRIT TERSTIEGE
EDITOR-IN-CHIEF

Artemide
ARCHITECTURAL

TABLE OF CONTENTS

003 EDITORIAL / 006 ADVISORY BOARD / 008 IMPRINT / CREDITS / 010 FOUND OBJECTS
020 SCENE / 024 OBITUARY / 026 BRAND NEWS / 028 COLLISION / 030 TRUE OR FALSE?

034

JESSICA WALSH



032

THEMATIC FOCUS

START

EMBRACE CHANGE!

New York: Marie-Sophie Müller traf Jessica Walsh in einem Café in Manhattan und befragte die 25-jährige RISD-Absolventin, wie es ist, plötzlich als Geschäftspartnerin von Stefan Sagmeister zu arbeiten. Schwarzwald: 20 Kilometer von Baden-Baden entfernt wohnt der »Herr der Produktnamen«: Manfred Gotta. Gerrit Terstiege befragte ihn nach seinen Naming-Strategien. Amsterdam: Marije Vogelzang schloss ihre Restaurants und erzählte Thomas Edelmann auf der Durchreise, warum. Berlin: Erik Spiekermann weiß, worauf man achten muss, wenn man ein Design-Unternehmen gründet. Kronberg: Chefdesigner Oliver Grabes hat dem Braun-Designteam eine neue Richtung gegeben. Zeit für eine erste Bilanz.

New York City: Marie-Sophie Müller met Jessica Walsh in a Manhattan café and asked her what it is like to be the business partner of Stefan Sagmeister all of a sudden. Black Forest, Germany: Deep in the woods lives Manfred Gotta, one of Germany's top developers for product names. Gerrit Terstiege asked him about his name-finding strategies. Amsterdam: Marije Vogelzang closed down her restaurants and concentrates now on being a designer. She told Thomas Edelmann why. Berlin: Erik Spiekermann knows what it takes to get a design agency started. Here he writes about his experiences, good and bad. Kronberg: Oliver Grabes has given the Braun design team a new direction. Read what he has to say about the changes to come.

054

OLIVER GRABES



050

ERIK SPIEKERMANN



042

MANFRED GOTTA

046

MARIJE VOGELZANG

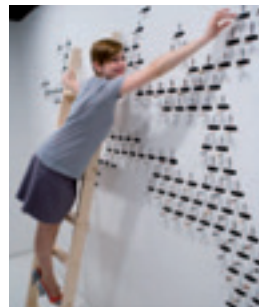


TABLE OF CONTENTS

060

MAKING OF



DER KLUGE STUHL

THE BOUROULLECS:
BACK TO SCHOOL

Die Universität von Kopenhagen brauchte neue Möbel und wandte sich an Hay. Das Telefon klingelte wenig später bei den Bouroullecs. Lauren Walter besuchte die Designer in Paris.

The University of Copenhagen needed new furniture and turned to Hay. Not much later, the the Bouroullecs' phone rang. Lauren Walter visited the brothers in Paris.

076

PACKAGING DESIGN



LOUISE FILIS
WELT

THE POETRY
OF PACKAGING

Anna Bejar über die New Yorker Packaging Designerin Louise Fili, die fast ausschließlich Delikatessen und feinen Restaurants Form gibt.

Louise Fili has specialized in food packaging and restaurant identities. Anna Bejar portrays the American designer with Italian roots.

066

PRODUCT/FURNITURE DESIGN



DIE SCHÖNHEIT
DER REDUKTION

IN LOVE
WITH DETAIL

Zwei dänische Architekten entwerfen form-schöne Produkte und Möbel. Oliver Herwig hat sie nach ihrer Design-Auffassung befragt.

Two Danish architects have developed a very refined design language. Oliver Herwig has found out what makes the Norm-Team tick.

084

COMMUNICATION DESIGN



IDEEN FÜR EINE
BESSERE ZUKUNFT

COMMUNICATING
GREEN ISSUES

Zeitgemäße Kommunikation kann dazu beitragen, unseren Blick für die Umwelt zu schärfen. Von Klaus Wolfertstetter.

A new graphic book about green campaigns shows the great variety of styles. Our author Klaus Wolfertstetter has taken a closer look.

072

DIGITAL BRANDING



MARKEN IM DIALOG

NEW IDEAS FOR
DIGITAL BRANDING

Der Designer und Web-Experte Marco Spies hat soeben ein Buch über digitale Markenkommunikation veröffentlicht. Hier schreibt er über die Gesetze des Branding im Netz.

The designer and web expert Marco Spies has recently published a book about digital branding. Here he writes about successful communication strategies.

090

CORPORATE DESIGN



ERSCHEINUNGEN

ANGELS &
CLOVER LEAVES

Das Zentrum Paul Klee in Bern hat einen neuen Direktor und mit Velvet eine neue Lead-Agentur: Anna Bejar besuchte sie in Luzern.

The Swiss Zentrum Paul Klee has a new director and a new lead agency called Velvet. Anna Bejar visited the designers in Lucerne.

096 IN THEORY / 102 EXHIBITION / 104 BOOK REVIEW / 108 MATERIALS
110 CALENDAR / 112 IN MY SECRET LIFE / 114 WHAT'S NEXT?

ADVISORY BOARD

Wir freuen uns, Ihnen unseren Beraterkreis vorzustellen: Acht international renommierte Persönlichkeiten, die uns künftig mit ihrer fachlichen Kompetenz zur Seite stehen werden.

We are pleased to present to you our group of advisers: eight internationally renowned personalities who will be supporting us in future with their expertise.



GUI BONSIPE
DESIGN THEORY / INTERFACE DESIGN

Er war sowohl Student als auch Dozent an der HfG Ulm. Und auch als Redakteur der Hochschul-Zeitschrift »ulm« setzte sich Gui Bonsiepe früh mit Fragen der Designtheorie auseinander. Er gehört zu den maßgeblichen Entwicklern der Disziplin Interfacedesign und hat an mehreren internationalen Hochschulen unterrichtet. Heute lebt Gui Bonsiepe in Brasilien und Argentinien.

He both studied and lectured at Ulm School of Design (HfG Ulm). Moreover, as editor of the university magazine "ulm" too, Gui Bonsiepe explored questions of design theory early on. He played a significant role in developing the discipline of interface design and has taught at several international universities. Today Gui Bonsiepe lives in Brazil and Argentina.

LILLI HOLLEIN
CULTURE MANAGEMENT



Seit 1996 ist sie als Kuratorin, Autorin und Journalistin in den Bereichen Architektur und Design tätig. Als Gründungsmitglied der seit sechs Jahren bestehenden »Neigungsgruppe Design« und als eine der Direktorinnen der Vienna Design Week verfolgt Hollein das Ziel, den Designbegriff in Österreich zu schärfen und den fachlichen Diskurs zu fördern.

She has been working as a curator, writer and journalist in the fields of architecture and design since 1996. As a founding member of "Neigungsgruppe Design", now in its sixth year, and as a director at the Vienna Design Week Hollein seeks to sharpen the concept of design in Austria and foster professional discourse.

JASPER MORRISON
PRODUCT DESIGN



Bereits 1986 gründete er sein Designstudio in London. Morrison arbeitet für international renommierte Hersteller wie Alessi, Cappellini, Flos, FSB, Magis, Rosenthal und Vitra. Mit der Ausstellung und gleichnamigen Publikation »Super Normal« machte er gemeinsam mit Naoto Fukasawa von sich reden. Wir schätzen besonders seine kommentierten Fotos, die auf seiner Website zu finden sind.

He established his design studio in London as early as 1986. Morrison works for internationally renowned manufacturers such as Alessi, Cappellini, Flos, FSB, Magis, Rosenthal and Vitra. His exhibition and eponymous publication "Super Normal" together with Naoto Fukasawa proved to be a real talking point. We particularly value his photos and accompanying comments, which can be found on his website.

STEVEN HELLER
GRAPHIC DESIGN / ILLUSTRATION

Er war 33 Jahre lang einer der Art-Direktoren der New York Times und lehrt heute an der School of Visual Arts (SVA) in New York. Heller ist als Autor und Herausgeber spezialisiert auf die Geschichte der internationalen Grafik, Typografie und Illustration und hat hierzu zahlreiche Bücher veröffentlicht. Zu seinen wichtigsten Publikationen gehören die Monografie zu Paul Rand, »Iron Fists«, »Stylepedia« und »Icons of Graphic Design«. Sein kürzlich erschienenes Buch »Comics Sketchbooks« stellen wir in dieser Ausgabe vor.

He was one of the art directors at The New York Times for 33 years and today teaches at the School of Visual Arts (SVA) in New York. As a writer and editor of books, Heller specializes in the history of international graphic design, typography and illustration and has published a great number of books on these topics. Among his most important publications rank the Paul Rand monograph, "Iron Fists – Branding 20th-Century Totalitarian State", "Stylepedia" and "Icons of Graphic Design". His latest book is reviewed in this issue.



ERIK SPIEKERMANN
TYPOGRAPHY / CORPORATE DESIGN



Als Typograf machte sich der heutige Chairman von Edenspiekermann mit Schriftfamilien wie der FF Meta oder der ITC Officina einen Namen. Zusammen mit seiner Frau Joan rief er 1989 den FontShop ins Leben. Im Februar 2011 wurde er vom Rat für Formgebung für sein Lebenswerk mit dem Deutschen Designpreis ausgezeichnet.

The Chairman of Edenspiekermann made a name for himself as a typographer especially with internationally successful font families such as FF Meta and ITC Officina. Together with his wife Joan he launched FontShop in 1989. In February 2011 the German Design Council awarded Spiekermann the German Design Lifetime Achievement Award.

ALEXIS GEORGACPOULOS
DESIGN EDUCATION



Im letzten Jahr trat der gebürtige Grieche mit seiner Ernennung zum Direktor der renommierten Schweizer ECAL in die Fußstapfen von Pierre Keller und fördert seitdem die Zusammenarbeit der Hochschule mit Produzenten wie B&B Italia, Boffi oder Swarovski. In Lausanne betreibt Georgacopoulos ein eigenes Designstudio.

With his appointment as director of the renowned ECAL in Switzerland last year, Greek-born Alexis Georgacopoulos followed in the footsteps of Pierre Keller and since then has been promoting, among other things, the university's collaboration with manufacturers such as B&B Italia, Boffi and Swarovski. He runs his own design studio in Lausanne.

ANDREAS HAUG
PRODUCT DESIGN



Er war 1972 der erste Mitarbeiter von Esslinger-Design, das 1982 in frogdesign umbenannt wurde. 1987 gründete Andreas Haug gemeinsam mit Tom Schönherr Phoenix Design in Stuttgart, zwei Jahre später folgte die Eröffnung der Dependance in Tokio. Neben der Arbeit in diversen Jurys engagierte sich Haug in der Nachwuchsförderung, etwa im Rahmen der Phoenix Academy.

In 1972 he was the first employee at Esslinger-Design, which was renamed frog design in 1982. In 1987 Andreas Haug founded Phoenix Design in Stuttgart together with Tom Schönherr, with an office opening in Tokyo two years later. As well as sitting on various juries, Haug works to promote up-and-coming talents, for instance in the context of the Phoenix Academy.

BERNHARD E. BÜRDEK
DESIGN THEORY



Er studierte unter anderem an der HfG Ulm und unterrichtet seit 1972 mit den Schwerpunkten Designtheorie, Designmethodologie und Strategisches Design an der HfG Offenbach. Er ist Autor des Standardwerks »Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung«. Im nächsten Heft wird er auf Aspekte seiner kürzlich abgeschlossenen Dissertation eingehen.

He studied at various institutions, including HfG Ulm, and has been teaching at Offenbach University of Art and Design (HfG Offenbach) since 1972, focusing on design theory, design methodology and strategic design. In the next issue he will be elucidating aspects of his recently completed doctoral thesis.

SEE YOU ONLINE!

WWW.GRID-MAGAZIN.DE

READ THE LATEST NEWS, ENJOY INTERVIEWS AND ARTICLES AND FIND ALL THE IMPORTANT CONTACT AND SUBSCRIPTION DETAILS FOR GRID MAGAZINE!

GRID
GRAPHIC + INDUSTRIAL DESIGN

IMPRINT

GRID ZEITSCHRIFT FÜR GESTALTUNG GRAPHIC + INDUSTRIAL DESIGN

VERLAG/HERAUSGEBER/PUBLISHER Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG | Hackerbrücke 6, D-80335 München
Postanschrift: Postfach 20 10 54, 80010 München | T: +49 (0)89 38 16 20-0 | F: +49 (0)89 39 86 70

REDAKTION GRID/GRID EDITORIAL OFFICE
Kirchstr. 48, D-79100 Freiburg
E-Mail: editorial@grid-magazin.de
Internet: http://www.grid-magazin.de

CHEFREDAKTEUR/EDITOR-IN-CHIEF
Gerrit Terstiege
T: +49 (0)761 42 99 74 45
terstiege@grid-magazin.de

ART DIRECTOR
Jochen Schnekenburger
T: +49 (0)761 42 99 74 46
schnekenburger@grid-magazin.de

TEXTCHEFIN/CHIEF STAFF WRITER
Anna Bejar
T: +49 (0)761 42 99 74 47
bejar@grid-magazin.de

HERAUSGEBER-BEIRAT/PUBLISHER'S BOARD
Alex Buck, Meike Weber

STÄNDIGE BERATER/ADVISORY BOARD
Gui Bonsiepe, Bernhard E. Bürdek,
Alexis Georgacopoulos, Andreas Haug,
Steven Heller, Lilli Hollein, Jasper Morrison,
Erik Spiekermann

BASISLAYOUT/BASIC LAYOUT
BUREAU Mario Lombardo

NAMING, LOGO, CORPORATE DESIGN
Peter Schmidt Group, Frankfurt am Main

GESCHÄFTSFÜHRUNG/MANAGING DIRECTOR
André Weijde
T: +49 (0)89 38 16 20 00

VERLAGSLEITUNG/PUBLISHING MANAGER
ARCHITECTURE & DESIGN
Meike Weber
T: +49 (0)89 38 16 20 18
weber@detail.de

VERLAGSLEITUNG/PUBLISHING MANAGER
MARKETING & SALES
Christian Wala
T: +49 (0)89 89 81 75 02
christian.wala@atec-bi.de

HERSTELLUNGSLEITUNG/PRODUCTION MANAGER
Peter Gensmantel
T: +49 (0)89 38 16 20 13
gensmantel@detail.de

VERTRIEBSSERVICE/SALES SERVICE
(Abonnementverwaltung und Adressänderungen /
Subscriptions and address changes)
Vertriebsunion Meynen,
Große Hub 10, 63344 Eltville
T: +49 (0)6123 92 38 159
F: +49 (0)6123 92 38 212
grid@vuserice.de

KORREKTORAT/PROOFREADING
Alexander Kerkhoffs
Sonja Kerkhoffs
T: +49 (0)221 93 11 91 59

GRID TRANSFER
Indiv. Kommunikationsstrategien/
Indiv. communication strategies
Tobias Glaser
T: +49 (0)89 62 17 09 00
glaser@grid-magazin.de

**AUSLIEFERUNG AN DEN HANDEL/
DELIVERY TO RETAILERS**
IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 1211, 53334 Meckenheim

**VERTRIEBSLEITUNG/
SALES MANAGER**
Claudia Langert
T: +49 (0)89 38 16 20 25
langert@detail.de

**ANZEIGENLEITUNG/
ADVERTISING SALES**
Sheila King
T: +39 06 989 11 45 (I)
M: +39 339 320 29 56 (I)
M: +49 (0)173 646 42 16 (D)
king@grid-magazin.de

**ANZEIGENDISPOSITION (LEITUNG)/
AD SPACE RESERVATION (MANAGER)**
Claudia Wach
T: +49 (0)89 38 16 20 24
disposition@grid-magazin.de

ÜBERSETZUNG/ TRANSLATIONS
Jeremy Gaines, Frankfurt am Main

GRID erscheint 6x jährlich,
jeweils am Ende der geraden Monate./
GRID is published 6 times a year,
and comes out at the end of every even month.

BEZUGSPREISE/SUBSCRIPTION RATES
Abonnement 6 Hefte/Subscription 6 issues
Inland/Germany: 90 Euro
Ausland/Abroad: 110 Euro
Für Studierende: Inland: 65 Euro, Ausland: 85 Euro/
For students: Germany: EUR 65, abroad: EUR 85/
GRID Einzelheft/single issue: 15,50 Euro/EU 17 Euro, 22 CHF
zzgl. Versandkosten/plus shipping costs

Ausland zzgl. MwSt., falls zutreffend/
Abroad plus VAT, if applicable

Alle Abonnementpreise verstehen sich inkl. Versandkosten./
Abonnements sind 6 Wochen vor Ablauf kündbar.
All prices incl. P&P.
Subscriptions must be cancelled six weeks before expiry.

Konto für Abonnementzahlungen/Bank account for subscription payments:
Deutsche Bank München
BLZ/short code 700 700 10, Konto/account no 193 180 700
IBAN: DE24700700100193180700
SWIFT: DEUTDEMM

Alle Rechte vorbehalten.
Für unverlangte Manuskripte und Fotos wird nicht gehaftet.
Nachdruck nur mit Genehmigung. Für Vollständigkeit und Richtigkeit aller
Beiträge wird keine Gewähr übernommen./
All rights reserved.

No responsibility is accepted for unsolicited manuscripts or photos.
Reprinting only with permission. No guarantee is given for the completeness
and accuracy of the content.

REPRO/REPRO
DG MEDIEN GmbH
Maaßstraße 32 / 1
D-69123 Heidelberg

DRUCKEREI/PRINTER
KESSLER Druck + Medien GmbH & Co. KG
Michael-Schäffer-Str. 1
D-86399 Bobingen

Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des
Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens
bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag./
In case of non-delivery for which the publisher is not responsible
or as a result of labor unrest no claims
may be made against the publisher.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 1
Auflage: 20.000 Exemplare/
Ad pricelist no. 1 currently applicable
print run: 20.000

Dieses Heft ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt./
This magazine is printed on chlorine-free bleached paper.

© 2012 für alle Beiträge, soweit nichts anderes angegeben, bei:
Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG
Kommanditist: ATEC Business Information GmbH
Persönlich haftender Gesellschafter: Institut für internationale
Architektur-Dokumentation Verwaltungs-GmbH, eine 100%ige Tochter
der ATEC Business Information GmbH./
© 2012 for all articles, unless otherwise stated, held by:
Institut für internationale Architektur-Dokumentation GmbH & Co. KG
Limited partner: ATEC Business Information GmbH
Personally liable partner: Institut für internationale
Architektur-Dokumentation Verwaltungs-GmbH, a wholly owned subsidiary
of ATEC Business Information GmbH.

Die Beiträge in GRID sind urheberrechtlich geschützt. Eine Verwertung
dieser Beiträge oder von Teilen davon (z. B. Zeichnungen) sind auch im Einzelfall
nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes
in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig.
Zuwendungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechts./
The articles in GRID are protected by copyright. Use of these articles
or any part thereof (e.g. drawings) including in individual cases is only permitted
within the limits of the legal provisions of the applicable version of copyright
law and is subject to a charge. Infringements shall be subject to the legal
sanctions outlined in the copyright law.

ATEC
Business Information

BILDNACHWEISE/PHOTOCREDITS

Cover: Portrait Jessica Walsh, Illustration: Jonathan Puckey | p. 6, 7, 96: Illustrations: Kornel Stadler | p. 20: Sabine Schirdewahn | p. 21: Picture alliance/dpa © dpa | p. 23: Hannes Magerstaedt/
Die Neue Sammlung | p. 24, 25: © IDEO | p. 35: © Lydia White | p. 40: © Mario De Armas | p. 47: © Miquel Gonzalez/laif | p. 55, 58: Portraits Oliver Grabes: Anja Jahn | p. 56, 57, 59: Products: Braun
GmbH | p. 90: Courtesy Galerie Conrads, Düsseldorf and Galerie Leong, New York © Rosemary Laing | p. 93 (left): © Mariko Mori, Member Artists Rights Society (ARS), New York/VG Bild-Kunst, Bonn
2012 | p. (left) Milton Glaser, CBS/Sony | p. 102 (upper right): © Studio 65, Foto: Andreas Sütterlin | p. 102 (centre right): © Vitra Design Museum | p. 103 (left): © 2012 The Andy Warhol Foundation for
the Visual Arts, Inc./Artists Rights Society | p. 103 (right): © Ulrich Mack/VG Bild-Kunst, Bonn 2012 | p. 104, 105: Martin Langhorst | p. 106, 107: Blendwerk Freiburg | p. 114: Rene van der Hulst/Vitra.

LAMY Design. Made in Germany.

Neu: LAMY 2000 in Edelstahl
Der innovative Klassiker



LAMY 2000 in Edelstahl Eine beeindruckende Verbindung aus zeitlosem Design und komplexen technischen Prozessen. Perfekt ausbalanciert für ein äußerst bewusstes Schreibgefühl. Lamy präsentiert die Serie LAMY 2000 erstmals als Ganzmetall-Variante in Edelstahl. www.lamy.com

COLLISION



Der kürzlich präsentierte Golf VII polarisiert – auch unter Designern.

The Golf VII was recently presented, but its design is not welcomed by all.

PRO: PETER NAUMANN

Seit 1974 hat der Golf sechs Evolutionsschritte hinter sich gebracht und ist in diesen 38 Jahren zum Zentralgestirn der Marke aufgestiegen. Seine Entwicklung ist seit jeher absolute Chefsache. Auch das erklärt den respektvollen Umgang mit dieser Ikone des Automobildesigns. Experimente wären hier gänzlich fehl am Platz. Gerade in wirtschaftlichen Krisenzeiten steht der Golf auch für Beständigkeit. Man mag die geradlinige, fast schon minimalistische Gestaltung des Golf VII konservativ nennen. Tatsächlich gehört aber einiger Mut dazu, auf vordergründiges Styling zu verzichten und die Funktionalität des Fahrzeugs mit ausgefeilten Proportionen und präzisen Details zu unterstreichen. Besonders auffällig ist der kantige, maskuline Look und die gestreckte Silhouette. Der Engländer sagt gerne »crisp« dazu und meint damit die straff gezogenen Flächen. Von vorne wirkt der Golf VII ausgesprochen selbstbewusst und verzichtet auf die üblichen Grimassen seiner Konkurrenten. Scheinwerfer und Rücklichter unterstreichen den technoiden Charme des Wagens und verbinden mit einer markanten Sicke unterhalb der Türgriffe Front und Heck. Insgesamt sitzt der neue Golf noch satter und dynamischer auf der Straße, überzeugt mit einem klar gezeichneten, fahrerorientierten Interieur und zeigt damit Qualitäten eines perfekten Maßanzugs.

PETER NAUMANN IST PROFESSOR FÜR INDUSTRIE- UND FAHRZEUGDESIGN AN DER HOCHSCHULE MÜNCHEN.

Since 1974 the Golf has undergone six evolutionary steps, and in the space of 38 years has advanced to become the brand's major star. This also explains the highly respectful way that designers handle this icon of automobile design. Experiments would be totally out of place. Particularly in times of economic crisis the Golf also stands for continuity. You might call the streamlined, almost minimalist design of the Golf VII conservative, but in fact it requires a certain amount of daring to forgo superficial styling and underscore the vehicle's practical nature with polished proportions and precise

details. From the front the Golf VII oozes self-confidence and does without the usual grimaces of its competitors. The headlights and rear lights underscore the car's technoid charm and, via a striking indent below the door handles, link the front and tail section. In all the new Golf offers even snuggler and more dynamic road holding, impresses with a clearly styled, driver-oriented interior and demonstrates the qualities of a perfect made-to-order suit.

PETER NAUMANN IS PROFESSOR FOR INDUSTRIAL AND CAR DESIGN AT THE HOCHSCHULE MÜNCHEN.

CONTRA: VOLKER ALBUS

Natürlich bin ich nicht gegen den Golf. Im Gegenteil, ich bin ein bekennder Anhänger dieses Autos! Ich habe den Golf I, II, III und IV gefahren. Und zwar lange, sehr lange. Anfangs aus eher praktischen Gründen – einfach am seltensten kaputt! – und dann, mit Blick auf den Vierer, auch aus Gründen des Designs. Denn der Vierer war perfekt, vor allem das Design. Und das merkt man nun an jedem Nachfolgemodell, das die Vollendung des Vierers vermissen lässt. Auch – oder erst recht – am neuen, am Siebener. Denn der Vierer war *ein* Auto! Von vorne, von hinten, von der Seite, von oben: Jede Seite ergab sich aus den beiden angrenzenden. Hätte man die Ansichten einzeln vor sich, man würde sie, selbst wenn man sie nicht kennen würde, immer richtig einander zuordnen, egal wie viele Ansichten von Autos anderer Marken zur Auswahl stünden. Nicht so beim Siebener. Denn der ist viele Autos in einem. Die Motorhaube: ein bisschen BMW-kantig bis jettaesk; die Seiten eher verhalten A-klassig, und hinten? Tja, hinten scheint man mit der mittig angebrachten Falte das Audi'sche Überhangmotiv variieren zu wollen. Adjektivisch ausgedrückt: der Golf VII ist mal ein bisschen aggressiv, mal ein bisschen bieder, mal ein bisschen bemüht modisch. Kurzum: insgesamt ein bisschen irgendwie. Und das ist dann schlicht ein bisschen enttäuschend.

VOLKER ALBUS IST PROFESSOR FÜR PRODUKTDESIGN AN DER HOCHSCHULE FÜR GESTALTUNG KARLSRUHE.

Naturally, I am not against the VW Golf. Far from it, I am a professed advocate of this car! I drove the Golf I, II, III, and IV. And that for a long, indeed a very long time. Initially for practical reasons, and then concerning the Golf IV, because I definitely liked the look. The IV was perfect, especially the design. And with every successor model you notice that it is missing the perfection of the Golf IV. That is also especially true of the new model, the VII. Now the IV, that was a real car! From the front, the back, the side, the top. One car. Not so the Golf VII. It is many cars in one. The hood is a

bit of angular BMW, the sides are more subdued, A-class-like, and the rear? Well, it looks as though designers wanted to vary the Audi overhang theme in the central fold. Edges, indents, folds, every view presents a different car. Expressed in adjectives, the VW Golf VII is sometimes a bit aggressive, sometimes a bit conservative. Sometimes it tries to be a little fashionable. In short, overall a bit of something. And that is simply a bit disappointing.

VOLKER ALBUS IS PROFESSOR FOR PRODUCT DESIGN AT THE HOCHSCHULE FÜR GESTALTUNG KARLSRUHE.

EUROMOLD

Weltmesse für Werkzeug- und Formenbau, Design und Produktentwicklung

27. – 30. November 2012

Frankfurt/Main, Messegelände

“Von der Idee bis zur Serie“

Highlights 2012

Gastland: Österreich

e-Production für Jedermann

Schmuckindustrie

Forum: Photonische Prozeßketten – die Revolution in der Produktion

www.euromold.com

Eine Messe der DEMAT GmbH

© Moritz Reck, Student der Hochschule Reutlingen

ALLES AUF ANFANG

LET'S START SOMETHING NEW!

W

Wir beleuchten das Thema »Start« aus sehr unterschiedlichen Perspektiven: Marie-Sophie Müller traf die Grafikerin Jessica Walsh in New York. Die 25-Jährige startet gerade als Geschäftspartnerin von Stefan Sagmeister durch. Manfred Gotta gibt Auskunft, wie sich der Name eines neuen Produkts auf Akzeptanz und Absatz auswirkt. Thomas Edelmann befragte Marije Vogelzang, warum sie ihre Restaurants schloss, um sich wieder ganz auf die Designarbeit zu konzentrieren. Erik Spiekermann schreibt darüber, was man beachten sollte, wenn man eine Agentur gründet. Und Oliver Grabes bilanziert seine ersten drei Jahre als Braun-Chefdesigner.

W

We look at the topic "start" from different perspectives: Marie-Sophie Müller met Jessica Walsh in New York City. The 25-year-old Walsh recently teamed up with Stefan Sagmeister as his business partner. Manfred Gotta is one of Europe's best name-finders. Here, he explains how a name can boost a new product. Thomas Edelmann asked Marije Vogelzang, why she quit her restaurants to concentrate on her design work. And last, not least, Oliver Grabes looks back on his first three years as design director at Braun.

Für die aktuelle Kampagne des Luxuskaufhauses Aizone tanzen Models mit Stoffbändern oder werfen flüssige Farbe in die Luft. Das Ergebnis ist eine markante Bildserie mit den drei Botschaften »Be Here Now«, »Focus on Good« und »Embrace Change«. Design: Sagmeister & Walsh

In the current campaign of the luxury department store Aizone, models dance with strips of fabric or throw liquid paint up into the air. The result: a striking image series with the three campaign messages "Be Here Now", "Focus on Good" and "Embrace Change". Design: Sagmeister & Walsh

SAGMEISTER IST JETZT EINE FRAU

INTRODUCING JESSICA WALSH

TEXT
Marie-Sophie Müller (editorial@grid-magazin.de)

Im Sommer überraschte Stefan Sagmeister mit der Nachricht, dass sein Studio von nun an »Sagmeister & Walsh« heißen werde. Seine neue Geschäftspartnerin ist die erst 25-jährige Grafikerin Jessica Walsh. Marie-Sophie Müller traf sie in einem New Yorker Café und sprach mit ihr über den Neustart, ihre Aufgaben und Pläne.

This summer Stefan Sagmeister surprised everyone by announcing that from now on his studio would be called "Sagmeister & Walsh". His new business partner is 25-year-young graphic designer Jessica Walsh. Marie-Sophie Müller met her in a New York café and talked to her about the relaunch, her tasks and plans.



DER KLUGE STUHL

THE BOUROULLECS: BACK TO SCHOOL

TEXT
Lauren Walter (editorial@grid-magazin.de)

PHOTOS
Studio Bouroullec

Der »Hay Chair« der Bouroullecs war eine Herausforderung: Für die kürzlich renovierte Universität von Kopenhagen sollte ein kostengünstiger Stapelstuhl entstehen. Wie die Brüder diese Kriterien in einem Entwurf vereinten, fand Lauren Walter bei ihrem Besuch im Pariser Studio der Bouroullecs heraus.

A

Architektur und Design blicken in Dänemark zurück auf eine lange – funktionalistische – Tradition. Nach Renovierungsarbeiten an der größten und ältesten Universität Kopenhagens sollen daher keine beliebigen Alltagsmöbel in den ehrwürdigen Bau Einzug halten. Vielmehr wünschten sich die Verantwortlichen den Entwurf eines namhaften Designers und beauftragten den dänischen Hersteller Hay, eigens einen Stuhl gestalten zu lassen – und innerhalb von zehn Monaten zur Produktionsreife zu bringen. Das gewünschte Sitzmöbel sollte allen Anforderungen des studentischen Alltags gerecht werden, nicht teurer als 150 Euro sein und darüber hinaus einem wachsenden Problem vorbeugen: In Zeiten des Internets sinken die Anwesenheitszahlen vieler Bildungsinstitutionen stetig. Daher sollte der beauftragte Stuhl ebenso praktisch wie bequem ausfallen und die Studierenden zum Verweilen einladen. Schließlich kontaktierte Rolf Hay, dessen 2002 gegründete Firma unter anderem Möbelentwürfe von Louise Campbell und Oskar Zieta vertreibt, die Bouroullecs. Ronan und Erwan's gestalterischer Ehrgeiz war augenblicklich geweckt – gerade weil die Vorgaben so explizit waren. Ronan Bouroullec: »Hay suchte einen robusten, sinnlichen, intelligenten und preiswerten Stuhl. Diese Kriterien in einem Produkt zu vereinen, ist eine komplexe Aufgabe. Aber wir wollten uns der Herausforderung stellen und hatten Glück, dass es am Ende so einfach war.«

Zur groben Orientierung dienten den beiden der Wishbone Chair von Hans J. Wegner und der eigene Steelwood Chair, den die Brüder 2007 für Magis entworfen hatten. Auf der Grundlage dieser Anregungen durch Rolf Hay fingen die beiden Designer an, sich Gedanken zu machen. Ronan Bouroullec: »Normalerweise machen wir viele Skizzen und arbeiten um eine Idee herum, wie Vögel, die um ein Ziel kreisen. Doch für dieses Projekt machten wir nur eine einzige Skizze.« Um die Stapelbarkeit des Stuhls zu gewährleisten, beschlossen die Bouroullecs, ihn so zu teilen, dass die Sitzschale fast nahtlos in seine Unterkonstruktion übergeht. In ihrem Entwurf laufen je zwei Beine in einem umgekehrten »V« aufeinander zu. Von der Spitze des Dreiecks ausgehend befinden sich zwei Flächen, die wie einzelne Seiten eines aufgeschlagenen Buches herausragen und die Sitzschale formen: Der vordere Teil dient dabei als Sitzkante und der hintere auch als Rückenlehne. Die Entscheidung, für den neuen Stuhl Holz zu wählen, fiel rasch und einvernehmlich, denn Holz stellt eine nachhaltige Alternative zu Kunststoff dar und vermittelt eine fast wohnliche Atmosphäre in den Räumen der Hochschule. »Anfangs«, so Ronan, »wollten wir die Beine miteinander verschrauben, weil wir dachten, dass eine starke Verbindung notwendig wäre. Doch Belastungstests eines Instituts für Technologie zeigten, dass gerade die Bohrlöcher eine Schwachstelle im Material zur Folge hatten.

The »Hay Chair« by the Bouroullecs was a challenge: The brief was to design a low-cost stackable chair for the recently renovated University of Copenhagen. On a visit to the Bouroullecs' Paris studio, Lauren Walter found out how the brothers combined these criteria in a design.

D

Design and architecture have a long-standing, functionalist tradition in Denmark. As such, following renovation work at Copenhagen's largest and oldest university there was no way that any old everyday furniture would find a place in the dignified building. Rather, those responsible wanted a creation by a renowned designer and commissioned the Danish manufacturer Hay to have a chair designed and ready for production within the space of ten months. The desired seating had to meet all everyday student requirements, should not cost more than EUR 150, and furthermore prevent a growing problem: In the Internet age the number of people attending educational seminars and lectures is constantly dropping. For this reason the chair commissioned had to be just as practical as it was comfortable, and encourage students to loiter. Ultimately Rolf Hay contacted the Bouroullecs. Among other things his firm, which he founded in 2002, markets furniture designs by Louise Campbell and Oskar Zieta. Ronan and Erwan's design ambition was instantly awakened, precisely because the stipulations were so explicit. Ronan Bouroullec: "Hay was searching for a strong, sensual, intelligent, rustic chair, for the price of a plastic chair. The addition of all these criteria seemed very complex for an object. But we thought it was an interesting challenge and in the end we were lucky that it was so easy."

Hans J. Wegner's Wishbone Chair and the brothers' very own Steelwood Chair, which they designed for Magis in 2007, served to provide inspiration. On the basis of Rolf Hay's suggestions, the two designers started brainstorming. Ronan Bouroullec: "In general we do tons of sketches. We work around one idea – like birds – circling over a subject. For this project, though, we only did one sketch." In order to guarantee that the chair could be stacked, the Bouroullecs decided to divide it in such a way that the seat shell merged into its substructure almost seamlessly.

In their design sets of two legs are joined at one end in a reverse "V". Starting at the top of the triangle, two surfaces protrude like individual pages of an open book, forming the seat shell: the front section serves as the edge of the seat, and the rear as the backrest. The decision to use wood for the new chair was made quickly and by mutual agreement, as wood is a sustainable alternative to plastic and makes for an almost homely atmosphere in the university rooms. As Ronan says: "This is an interesting detail: We thought that we had to use screws to connect the legs with each other for better stability. But an institute for technology – you know, the ones that make you cry because you have to watch a machine press and crush and penetrate your prototype at different places the entire time – well, it discovered, that the drill hole for the screw is a weak point." Parallel to the construction of the prototype in Hay's workshop, Ronan and Erwan Bouroullec made several models in the





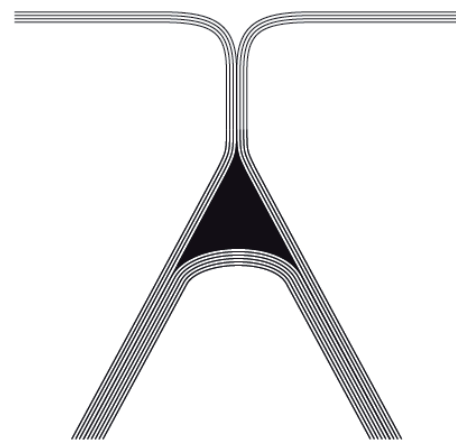
Besprechung der Proportionen des Stuhls, beziehungsweise seiner Sitzflächenmaße mit Rolf Hay. Unten: Tisch und Stuhl im Pariser Studio der Bouroullecs. Zeitgleich wurden in der dänischen Werkstatt von Hay Modelle gebaut.

Discussing the proportions of the chair, particularly its seat shell with Rolf Hay. Below: Table and chair in the Bouroullecs' Paris studio. At the same time models were being built at Hay's workshop in Denmark.



Die Tischfläche erinnert an ein aufgeschlagenes Buch und gliedert sich unter diesem Aspekt betrachtet äußerst passend in das für den Tisch vorgesehene universitäre Umfeld ein.

The tabletop calls to mind an open book and as such is highly fitting for an educational institution.



Diese Tests bringen einen ja oft zum Weinen, wenn man zuschauen muss, wie eine Maschine ununterbrochen am Prototypen hämmert, drückt und zieht. Aber diesmal brachten uns die Tests wirklich einen Schritt weiter.« In der studioeigenen Werkstatt erstellten Ronan und Erwan Bouroullec – parallel zum Prototypenbau in der Werkstatt von Hay – einige Modelle. Der Austausch zwischen den beiden Werkstätten half unter anderem dabei, Details wie die genaue Unterteilung der Sitzfläche zu klären. Nach Rücksprache mit den Ingenieuren wurden so auch die Materialstärken optimiert, die Winkelstellung der Beine zueinander ausgelotet und eine runde Einfräsung in die Unterseite der einzelnen Beine eingefügt, um das Stapelverhalten zu verbessern. Zugegeben, ein leises Quietschen ist noch zu hören, doch wenn man sich auf den fortgeschrittenen Prototypen setzt, ergeben sich aus seiner Topologie Konstruktionsvorteile, die die Brüder gar nicht beabsichtigt hatten: »Wenn man sitzt, fühlt man sich wie auf einem Freischwinger, da die Rückenlehne ganz leicht nachgibt und die hintere Hälfte der Sitzfläche viel Flexibilität aufweist. Und setzt man sich nur auf die vordere Kante des Stuhls, neigt sich der Stuhl, ähnlich wie der Tip Ton von BarberOsgerby. Das war ein glücklicher Zufall.« Der Stuhl führte, nachdem er von den Auftraggebern sehr positiv aufgenommen wurde, zu einer kompletten Produktfamilie, an der die Bouroullecs noch immer feilen: Zum Hay Chair (Arbeitstitel) sollen sich bald ein Hocker, ein Barhocker, eine Bank, ein Tisch und ein Schreibtisch gesellen. Alle Produkte

greifen die Fuge in der Sitzfläche des Stuhls als einendes und wiedererkennbares Element auf – denn dieses stabilisierende Konstruktionsprinzip greift nicht nur bei Stuhl oder Hocker, sondern ist auch für lange Tische oder sogar eine Bank geeignet. Außerdem kann man den Abstand zwischen beiden Formholzelementen, den die Gestalter bei den Sitzmöbeln so klein wie möglich halten, bei den Tischen vergrößern und damit modernen Anforderungen gerecht werden: Kabel können einfach durch den Zwischenraum geleitet werden. Besonders im Hinblick auf mehrere Nutzer an einem Tisch könnten Trennelemente in den Spalt gesteckt werden und so eine gewisse Privatsphäre schaffen – ähnlich wie bei Joyn, dem Büromöbelsystem, das die beiden Franzosen vor zehn Jahren für Vitra entwickelt haben – aber deutlich preiswerter. Der Einzelschreibtisch wiederum, der an eine alte Schulbank erinnert, löst die Frage nach einer räumlichen Abgrenzung durch die Aufteilung der Tischfläche im Verhältnis zwei zu eins. Diese Teilung sowie der etwas größere Radius in der Biegung der hinteren (Tisch)platte und die höhere Positionierung macht einen Sichtschutz möglich.

workshop in their own studio. Among other things the exchange between the two workshops helped clarify details such as the exact division of the seat. Having consulted the engineers, the material strengths were also optimized, the angle of the legs to one another sounded out, and a circular recess milled in the underside of the individual legs to improve their stacking properties. Admittedly, a slight squeaking sound can still be heard, but when you sit down on the advanced prototypes, structural benefits emerge that the brothers had not even intended: "It's like sitting on a cantilever chair, because the back rest is so flexible, and if you sit only on the front part of the seat, it's like on BarberOsgerby's Tip Ton Chair for Vitra – such fortunate accidents."

Ronan Bouroullec:

»Normalerweise machen wir viele Skizzen und arbeiten um eine Idee herum, wie Vögel, die um ein Ziel kreisen. Doch für dieses Projekt machten wir nur eine einzige Zeichnung.«

Ronan Bouroullec:

“Normally we make a lot of sketches and circle around an initial idea like birds. But for this project, we only did a single drawing. That was it.”

Having been very well received by the clients, the chair led to a complete product family, which the Bouroullecs are still tweaking. To go with the Hay Chair (working title) there will soon be a stool, bar stool, bench, table, and writing desk. All the products adopt the joint in the chair's seat as a unifying, recognizable element, as this stabilizing construction principle works not only on chairs and stools, but is also suitable for long tables and even a bench. Furthermore, the distance between both molded wood elements, which in the case of the seating the designers keep as short as possible, can be increased for tables, and thus meets modern requirements: cables can simply be fed through the space in-between. Particularly with regard to several people sitting at a desk, dividing elements could be slotted in the gap, thereby creating something of a private sphere, as with Joyn, the office furniture system the two Frenchmen designed for Vitra ten years ago, but considerably cheaper. The individual writing desk on the other hand, which is reminiscent of an old school bench, solves the question of spatial demarcation by dividing up the table top in a ratio of two to one. This division, as well as the somewhat larger radius of the curve of the rear (table) top and the higher position, makes a privacy shield possible.

If one thinks of the elaborate Osso Chair for Mattiazzi, which was concerned with celebrating craftsmanship and the material wood in their own right, it is difficult to believe that the sober Hay Chair with its production-oriented simplicity is the work of the same designers. Here too, as so often with the Bouroullecs, no direct reference to nature can be found, as for example the ramification in the seat of the Vegetal Chair or the Algue partition. What is special about and as such also typical of designs by the Bouroullecs is the fact that in many of their projects the brothers,



Für die Formfindung des Hay Chair (Arbeitstitel) benötigte es nur eine einzige Skizze. Der subtilen Ästhetik der Bouroullec'schen Entwurfszeichnungen widmete das Vitra Design Museum dieses Jahr mit »Album« eine eigene Ausstellung.

Only a single sketch was needed to design the Hay Chair (working title). This year the Vitra Design Museum held an exhibition entitled "Album" on the subtle aesthetics of the Bouroullecs' design sketches.



Oben: Erwan (links) und Ronan bei der Untersuchung einer Sitzschale mit einem Vierkantholz. Rechts: Basierend auf dem Entwurf des Stuhls entwickelte sich eine ganze Produktfamilie, die untereinander kombinierbar ist.

Above: Erwan (left) and Ronan working closely together, evaluating the shape of a seat pan with a squared lumber. Right: The design for the chair spawned an entire product range, whose elements can be combined.



Denkt man an den aufwändigen Osso Chair für Mattiazzi, bei dem es darum ging, die Handwerkskunst und das Material Holz an sich zu feiern, fällt es schwer zu glauben, dass der nüchterne Hay Chair mit seiner produktionsorientierten Einfachheit von denselben Gestaltern stammt. Auch lässt sich hier, wie sonst so oft bei den Bouroullecs, kein direkter Bezug zur Natur finden, wie zum Beispiel bei den Verästelungen in der Sitzfläche des Vegetal Chair oder beim Raumteiler Algue. Das Besondere und damit auch Typische an Entwürfen der Bouroullecs ist, dass die beiden Bretonen in vielen ihrer Projekte modulare Systeme nutzen und daraus neue Strukturen und Produkte schaffen: »Aus einer einfachen Idee haben wir beinahe zufällig ein ganzes System entwickelt, das zu neuen Produkten führte«. Momentan arbeiten Ronan und Erwan Bouroullec an den Feinheiten: Das etwas lästige Quietschen muss beseitigt werden – man stelle sich nur einen gesamten Hörsaal damit vor – Armlehnen und ein Sitzpolster sind noch in der Diskussion und sollen bis Ende des Jahres ausgearbeitet werden. Im Frühjahr 2013 sollen die Umbauarbeiten an der Universität abgeschlossen sein – und das große Stühlertücken kann beginnen.

WWW.BOUROULLEC.COM; WWW.HAY.DK

who hail from Brittany, use modular systems and make new structures and products with them: "From a simple idea and by chance, we created an entire system that leads to many new products." At the moment Ronan and Erwan Bouroullec are working on the finer details. The problem of the somewhat annoying squeaking has to be solved (just imagine an entire lecture hall full of it) and armrests and a cushion are still being discussed, meant to be designed by the end of the year. The conversion work at the university is due to be completed in the spring of 2013, when the new chairs can be brought in.

WWW.BOUROULLEC.COM; WWW.HAY.DK

IN THEORY

TEXT
Gui Bonsiepe (editorial@grid-magazin.de)



Gui Bonsiepe gehört zweifellos seit Jahrzehnten zu den Koryphäen der Designtheorie. Hier äußert er sich kritisch zum Begriff der Krise in Gesellschaft, Wirtschaft und Design, prangert Missstände wie auch Missverständnisse an und zeigt Auswege auf. Dabei weist er pointiert auf die soziale und kulturelle Dimension von Gestaltung hin.

For decades now Gui Bonsiepe has been considered one of the leading lights in design theory. Here he critically examines the notion of crisis in society, the economy and design, he names things and relationships he feels are bad, and shows possible ways out. In the process he poignantly emphasizes design's social and cultural dimension.

W

Wenn gleich das Wort »Krise« als Folge des finanziellen Kataklysmus erst im Jahre 2008 in den Schlagzeilen der Medien auftauchte, haben sich die Symptome einer weiter reichenden Krise schon Jahre früher bemerkbar gemacht – Krise in den Bereichen internationale Politik, Wirtschaftspolitik, Umwelt, Klima, Ernährung, Genetik, Energie, Arbeitslosigkeit, und auch im Design. Von der Perspektive des Zentrums aus werden diese Krisen als die vier Reiter der Apokalypse des 21. Jahrhunderts bezeichnet. Slavoj Žižek listet sie auf: Die Umweltkrise, die Folgen der biogenetischen Revolution, die Ungleichgewichte innerhalb des Systems, vor allem die Ausbeutung der natürlichen Ressourcen, und die explosive Zunahme der sozialen Gegensätze und der Ausgrenzung. Von der Peripherie aus gesehen ist ein weiterer apokalyptischer Reiter der Neokolonialismus, der sich rabiät über die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung in den peripheren Ländern hinwegsetzt. Vielleicht gerade weil sie

es wagt, gegen die Unterminierung ihrer Lebens- und Überlebensgrundlagen zu protestieren und damit dem Big Business in die Quere zu kommen – unter anderem wasser- und bodenvergiftender Tagewerkbau, Wasserausbeutung zur Metallgewinnung, Landwirtschaft mit Monokulturen unter massivem Einsatz von agrototoxischen Substanzen.

Unweigerlich spiegeln sich diese Symptome auch im Design wider, und zwar in der Ausbildung, in der Berufspraxis und der Theorie. Die Aufzählung der Erscheinungsformen der Krise folgt nicht etwa einem Faible für apokalyptische Voraussagen und für das Aufstellen von Prognosen, die sich in der Regel nicht bestätigen, sondern greift auf die ursprüngliche Bedeutung des Wortes »Krise« zurück: Krise im Sinne einer unausweichlichen Entscheidung, um sich den nicht zu leugnenden Turbulenzen – und oftmals mehr als Turbulenzen – der gegenwärtigen Epoche zu stellen.

Diese Krisen dürften von einem Bewusstsein, das in der Periode der digitalen Belle Époque schwelgt, schwerlich wahrgenommen und akzeptiert werden. Auch wenn die Turbulenzen Gefühle der Verunsicherung, Sorge, Desorientierung und Entmutigung bis hin zum Eindruck der Ausichtslosigkeit hervorrufen können, so ermöglicht eine Krise doch, die Antagonismen und Ursachen der Krise genauer zu verstehen, um dann mögliche Alternativen ihrer Überwindung zu skizzieren.

Eine Krise legt nahe, den herrschenden Bezugsrahmen, innerhalb dessen man sich bislang bewegte, auf seine Gültigkeit zu überprüfen. Wenn man einen Blick auf die vergangenen drei Jahrzehnte wirft, kann man die schrittweise Erosion des öffentlichen Raums, eine zunehmende Atrophie der allgemeingesellschaftlichen Interessen gegenüber den Privatinteressen sowie eine Aushöhlung des Begriffs Demokratie feststellen. Zwar ist der individuelle Possessivismus tief in der gegenwärtigen okzidentalen Gesellschaft verwurzelt, doch scheint er nun an die Grenzen zu stoßen. Im Bereich des Designs spiegelt er sich unter anderem in einem hektischen Innovationskarneval wider, in dem Innovation als verselbständigter Wert gefeiert wird, ohne dass die Frage nach Inhalt und vor allem Relevanz

der Innovation gestellt wird. Weiterhin in einem autoreferenziellen Habitus, der früher in diesen Maßen unbekannt war. Der Person des Designers scheint mehr Gewicht beigemessen zu werden als dem Entwurf selbst. Das Diktum von Andy Warhol abwandelnd, kann man sagen: Viele Leute glauben heute, Design sei der Name des Designers. Wiederum findet das Zurückbiegen des Designs auf sich selbst ein Pendant im Aufblähen seiner symbolischen Funktion, die sich dem eindimensionalen Kriterium des Marktes unterordnet. Zwar wird kaum jemand den Druck des Marktes verkennen wollen; doch eines ist es, den Markt als Realität zu akzeptieren, und ein anderes, ihn als die einzige Realität zu feiern. Von Tag zu Tag wachsen berechtigte Zweifel, ob die gesellschaftliche Erfindung namens Markt, gekoppelt mit einem Privatisierungsdrill ohne gleichen, das geeignete Instrument ist – wenn er es denn je war –, um den heute und in naher Zukunft aufziehenden Herausforderungen mit Aussicht auf Erfolg zu begegnen. Die Neusprache der Ökonomen sucht sich dieser In-Frage-Stellung des zur sakrosankten Institution erhobenen Marktes zu entwinden, indem sie Resultate geradezu poetischer Inspiration aufischt. Anstatt unmissverständlich von Rezession zu reden, jongliert ratloses Krisenmanagement mit der leeren Worthülse »negative Wachstumsrate«.

Im Designdiskurs – und nicht nur dort – mehren sich die Stimmen, den Begriff des Wachstums einer Revision unterziehen zu müssen. Ein Blick auf die gesellschaftlichen Verwerfungen und Umweltbelastungen des okzidentalen Produktions- und Konsumstils, der sich über den Globus verbreitet, sollte genügen, die Kritik und Revision zu rechtfertigen. Eine Lebenspraxis, die sich im Kern auf Wettbewerb und Individualismus verengt und dem grassierenden Benchmarking- und Exzellenzkult gehorsam folgt, zeitigt nicht zu leugnende Symptome zunehmender gesellschaftlicher und umweltlicher Inviabilität. Jürgen Habermas fragt: »... ob sich eine Zivilisation als ganze in den Strudel der Antriebskräfte eines einzigen ihrer Subsysteme, auch wenn dieses zum Schrittmacher der

Das Diktum von Andy Warhol abwandelnd, kann man sagen: Viele Leute glauben heute, Design sei der Name des Designers.

Evolution geworden ist, hereinziehen lassen darf...«.¹ Dieser Satz spiegelt den europäischen Kontext seiner Formulierung wider, die von Autoren kritisiert wird, die mit dem Ende der 80er-Jahre vom peruanischen Sozialwissenschaftler Aníbal Quijano geprägten Neologismus »Kolonialität« die verdeckte und dunkle Seite des Projekts der Moderne und der Emanzipation bezeichnen. Über den herkömmlichen Begriff des Kolonialismus hinausgehend meint er die Art und Weise, wie Arbeit, Wissen und zwischenmenschliche Beziehungen sich im Rahmen des kapitalistischen Globalmarktes und der kolonialen Differenz artikulieren.

In denselben Bezugsrahmen fällt der mit dem Begriff »epistemischer Ungehorsam« bezeichnete Ansatz, der bislang im Bereich des Designs im Vergleich zur Entwurfspraxis kaum reflektiert worden ist. Eines der Ergebnisse der gegenwärtigen Krise des Designs könnte in einer vom epistemischen Ungehorsam getragenen, rekonfigurierten Entwurfspraxis bestehen – diese erscheint bislang als vorerst unbestimmte, aber deshalb nicht auszuschließende Möglichkeit.² Neuerdings tritt die Frage der Arbeitslosigkeit und der Exklusion/Inklusion in den Problembereich des Entwerfens, das sich damit direkt mit sozialen Problemen konfrontiert sieht, was aus verständlichen Gründen eine vehemente Reaktion des Mainstream hervorruft, der an der Vorstellung eines sozial neutralen, gleichsam aseptischen Designs klebt. Als abwegig und naiv, wenn nicht absurd, wird die in das Entwerfen gesetzte Hoffnung abgetan, mittels des Entwerfens auf das Geflecht sozialer Beziehungen einwirken zu können. Als vorgestrig wird eine Haltung abgehakt, die sich er-

laubt, auch nur den Wunsch nach Umformung gesellschaftlicher Verhältnisse zu hegen. Wie man dazu steht, mag persönlichem Ermessen anheimgestellt sein. Blind aber wäre es, die sozialen Auswirkungen der Entwurfstätigkeit leugnen zu wollen, zumal auf die alltägliche Lebenspraxis. Das programmatische Ausblenden sozialer Zusammenhänge und die Bedingtheit der Entwurfstätigkeit liefe darauf hinaus, gesellschaftlich relevante Projekte in Quarantäne zu verbannen. Diese politische Dimension des Entwerfens lässt sich am Kontrast zwischen Zentrum und Peripherie verdeutlichen. Ich greife hierzu auf die Geschichte Lateinamerikas zurück.

Im vergangenen Jahrzehnt beging die Mehrzahl der lateinamerikanischen Länder die Zweihundertjahrfeier der Unabhängigkeit. In diesem Zusammenhang wird von einer »Zweiten Unabhängigkeit« gesprochen. Zwar mag die formelle Unabhängigkeit der Länder erreicht worden sein; nicht aber das Stadium der Autonomie. Dafür gibt es eine Reihe von Erklärungen. Ich beschränke mich auf die internationale Arbeitsteilung, derzufolge den peripheren Ländern die Rolle zugeteilt wird, in erster Linie als Exporteure von Rohstoffen zu fungieren, also von nicht verarbeiteten Stoffen in Form von Mineralien, Petroleum, Holz, Energie, Soja, Fleisch, Getreide, die als Input für die industriell differenzierten Wirtschaften dienen. Es handelt sich um Produkte ohne Entwurfskomponente. Sich gegen diesen Trend zu stemmen, darauf zielen lokale Entwurfsanstrengungen mit der Frage ab, inwieweit das Design zur Stärkung der Autonomie und zum Abbau der Heteronomie beitragen kann. Dieser Ansatz ist aus eurozentrischer Sicht schwer nachzuvollziehen. Die zitierte Frage gliedert sich in verschiedene Facetten, unter anderem die sozial-politische Facette,



Gui Bonsiepe: Design= Como prática de projeto, Editora Blucher, São Paulo. 270 Seiten. Bisher nur erschienen auf Portugiesisch.

Gui Bonsiepe: Design= Como prática de projeto, Editora Blucher, São Paulo. 270 pages. So far released only in Portuguese.

¹ Habermas, Jürgen. Kritik der Vernunft. vol. 5, Philosophische Texte, Suhrkamp, 2009, S. 97.

² Walter, Mignolo. Desobediencia epistémica – Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad, Buenos Aires: Ediciones del Signo, 2010.

³ Giunta, Andrea. Escribir las imágenes – ensayos sobre arte argentino y latinoamericano. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011, S. 58.

⁴ Said, Edward. »Opponents, Audiences, Constituciones, and Community.« in: Critical Inquiry, vol. 9, no. 1, September 1982: 1–26.

worin der konstitutive Unterschied zwischen dem Design in der Peripherie und dem Zentrum oder den Zentren markiert wird. In der Peripherie fluktuiert das Entwerfen zwischen zwei Polen: auf der einen Seite eine aussengeleitete Entwurfspraxis, auf der anderen Seite eine selbstbestimmte Entwurfspraxis, also eine Politik zur Festigung der Zweiten Unabhängigkeit. Es dürfte klar sein, dass mit der Feststellung dieses Unterschieds kein Werturteil verknüpft ist. Es geht um Distinktionen, nicht um Wertungen.

Die Auffächerung des Designs hat in den vergangenen Jahrzehnten einen Schwarm neuer Spezialisierungen, Ausbildungsprogramme und Kursangebote gezeitigt. Der bald wieder abklingende Enthusiasmus für Erlebnisdesign (experience design) verdankte seine Anziehungskraft dem

Wunschtraum, neue Welten für das Design zu eröffnen. In der Diskussion über diesen Begriff formten sich zwei konträre Gruppen: auf der einen Seite die Verfechter des Erlebnisdesigns, auf der anderen Seite die Kritiker, die das Vorhaben, Erlebnisse designen zu wollen, als Humbug abtaten. Ausgesprochenes Unbehagen bereitet den Erlebnisdesignern das materielle Substrat, das für das Erzeugen von »Erlebnissen« offenbar unverzichtbar ist. Man kann keine Erlebnisse designen, wohl aber durch geeignetes Design von materiellen und semiotischen Artefakten Erlebnisse auslösen. Abschließend sei ein weiteres Moment der Krise des Designs erwähnt, und zwar

die Unternehmungen der Verkunstung des Designs, über die Angleichung von Designobjekten an Kunstobjekte. Die Kunsthistorikerin Andrea Giunta schreibt: »(...) die künstlerische Avantgarde stellte sich die programmatische Frage nach den Beziehungen zwischen Kunst und gesellschaftlichem Umfeld.«³ Beispiel dieser Avantgarde, dieses »großen Abenteuers der Moderne« waren in den Anfangsjahren der sowjetischen Revolution die Konstruktivisten, die versuchten, die Kunstformen in neue Lebensformen zu verwandeln. Heute kann man einen umgekehrten Prozess beobachten, in dem Design als künstlerische Tätigkeit interpretiert wird, mit der Folge, dass Kunstgalerien und Kunstmuseen ihre Tore öffnen, um »Design« auszustellen. Das Industrieprodukt, das früher der Beachtung nicht würdig befunden wurde, wird mit dem Status des Kulturobjekts geadelt und eignet sich hervorragend als Investmentgut. Wenn früher Industrieprodukte zu einer Kunstausstellung als Kunstobjekte eingereicht wurden, gab es einen Skandal, wie es 1917 in New York Marcel Duchamp mit einem anonymen Serienprodukt – obendrein ein Urinal – gelang. Sicherlich ging es Duchamp nicht um das Design, und noch weniger darum, die

Grenzen zwischen Kunst und Design zu verwischen, wie es heute das transitional design intendiert, wohl aber wollte er mit seiner Aktion den traditionellen Kunstbegriff unterlaufen und seine Willkürlichkeit ins Licht rücken. Damit verglichen, erscheinen heute auflebende Versuche, das Design durch Kunst zu erneuern, als recht harmlose Unternehmungen. Die neue – und nicht so neue – Klasse von Entwürfen reklamiert eine Sonderklasse von Produkten als »künstlerisches Design«, das sich nicht nur durch eine explizite Indifferenz, wenn nicht Feindseligkeit gegen das irritierende Kriterium der Nützlichkeit auszeichnet, sondern sich weitgehend auf die Variation herkömmlicher Produkte aus dem Wohnbereich in Form von Sitzmöbeln, Tischen, Lampen und Accessoires beschränkt. Design Art hat mit dem kritischen, revolutionären Elan Duchamps nichts zu tun, sondern dürfte eher Ausdruck eines Neokonformismus sein, der mit radikaler Geste alles radikal beim Alten lässt. Auch dürfte das »Design als Kunst« jenen affirmativen kuratorischen Interessen entgegenkommen, die nach anderen Ausstellungsthematiken Ausschau halten, die über die etablierte, ausgelotete Typologie der Ausstellungsobjekte in Form von Tafelbildern, Skulpturen, Installationen und Digital Arts hinausgehen.

Der Literaturwissenschaftler Edward Said fragte, ob – abgesehen von der Gleichzeitigkeit – eine Verbindung zwischen der Politik von Ronald Reagan in den 80er-Jahren und der Überflutung der Literaturprogramme an den amerikanischen Universitäten mit dem aus Frankreich importierten Textualismus bestünde.⁴ Der Textualismus behandelt Texte als in sich abgeschlossene Einheiten, ohne extratextuelle Bezüge wie Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Said formulierte drei Fragen für das, was er eine Politik der Textinterpretation nennt: Wer schreibt? Für wen wurde der Text geschrieben? Unter welchen Umständen? Diese Fragen können, inhaltlich an die Sache angepasst, auf das Design zu Zwecken der Designinterpretation, -ausbildung und der -praxis übertragen werden: Für wen wird ein Design entwickelt? Unter welchen wirtschaftlichen, sozialen und technischen Bedingungen?

Ausgehend von diesen Fragen ließe sich wohl die Beziehung zwischen dem medial aufgeblähten Autorendesign und dem seit den 80er-Jahren dominierenden Neoliberalismus aufdecken, wie auch zum Entwurfszynismus bis hin zum Entwurfsnihilismus. Vielleicht ließen sich von diesen Fragestellungen her Relevanzkriterien für das Entwerfen und damit zumindest einer der möglichen Auswege aus der Krise des Designs – und nicht nur des Designs – finden. Die Chancen dafür mögen derzeit noch gering sein; eines aber dürfte sicher sein: der Krise ist nicht mit Outsourcing beizukommen.

Gui Bonsiepe: Studium an der HfG Ulm (Abt. Information). Lehr- und Entwicklungstätigkeit an der HfG bis 1968. Seit 1968 Design- und Beratertätigkeit im Bereich der Entwicklungs- und Industrialisierungspolitik in Lateinamerika. 1987 bis 1989 Softwaredesign für eine Softwarefirma in Kalifornien. Von 1993-2003 Professor für Interface Design an der FH Köln. 2003-2005 Visiting Professor für integrierte Medien an der Hochschule für Gestaltung ESDI, Rio de Janeiro. Lebt in Brasilien und Argentinien.

WWW.GUIBONSIEPE.COM

A

Although the term "crisis" first surfaced in media headlines in the wake of the financial cataclysm of 2008, the

symptoms of a far greater crisis were discernible well before that – a crisis in international politics, economic policy,

the environment, climate, nutrition, genetics, energy, unemployment, and in design, too. Seen from the perspective

of the center, these crises have been termed the four horsemen of the apocalypse of the 21st century. Slavoj Žižek lists them: the eco-crisis, the consequences of the biogenetic revolution, the imbalances within the system, above all the exploitation of natural resources, and exploding social divisions and ostracization. Seen from the periphery, there is a fifth horseman, namely neocolonialism, who rides roughshod over the needs of the local populations on the periphery. Perhaps precisely because they dare to protest against how the basis for their lives and their survival is being undermined and thus oppose big business and, among other things, water and ground-polluting open-cast mining, water usage to extract metal ores, agricultural monocultures entailing the massive application of agrotoxic substances. These symptoms are invariably reflected in design, too, in design education, in the design profession, and in design theory. The list of the phenomena attesting to the crisis here will not follow some taste for apocalyptic predictions or for offering forecasts that as a rule do not turn out to be true, but instead relies on the original meaning of the word "crisis": a crisis in the sense of an inexorable decision in order to square up to the undeniable turbulence (and often more than turbulence) of the current epoch. These crises are probably not likely to get noticed or accepted by the minds that are still wallowing in the period of the digital Belle Époque. Even if the turbulences may prompt feelings of uncertainty, concern, disorientation and discouragement to the point of creating an impression of inescapability, a crisis enables us to understand its antagonisms and reasons more clearly and then outline possible alternatives to overcome it.

A crisis suggests that you should revisit the prevailing referential system in which you have hitherto moved. If we cast a glance back over the past three decades, then we will note the gradual erosion of public space, an increasing atrophy of public interests versus private interests and the undermining of the notion of democracy. While individual possessivism is deeply rooted in current Western society, it seems to be coming up against its limits now. In the field of design it is reflected among other things by the hectic innovation carnival in which innovation is celebrated as a value in itself without asking what the content is or above

all what the relevance of the innovation is. And this is done in an autoreferential manner on a scale previously unknown. The person of the designer seems to be accorded more weight than the design itself. To paraphrase Andy Warhol we could say: Many people today believe the name of the designer is design. The way design feeds back into itself is mirrored in the inflation in the symbolic function of a form of design that bows down to the one dimensional criterion of the market. While hardly no one will pretend the market does not exert pressure, it is one thing to accept the market as a reality and another to celebrate it as the only reality. Justifiable doubts grow by the day whether the social invention called market (coupled with an unprecedented compulsion to privatize) is the right instrument (if it ever was) to counter the challenges of today and the near future with any prospect of success. The economists' neologisms seek to sidestep this questioning of the market, raised to the status of a sacrosanct institution, by serving up results flavored with truly poetic inspiration. Instead of baldly talking of a recession, the helpless crisis managers now juggle with the vacuous shell of "negative growth rates". Without doubt, there is an ever greater number of voices in the design discourse (and not just there) calling for a revision to the notion of growth. A glance at the social upheaval and the eco-strain of the Western style of production and consumption that is spreading across the globe justifies this critic and the need for revision. A life practice that at heart amounts only to competition and individualism, and obeys the rampant cult of benchmarking and excellence, yields a great number of undeniable symptoms of increasing social and ecological unviability.

The German philosopher and author Jürgen Habermas asks: "... whether a civilization as a whole should allow itself to be drawn into the vortex of the forces driving only one of its subsystems, even if the latter has become the pacemaker of evolution ...".¹ This sentence reflects the European context in which it was formulated, which is criticized by those authors who use the neologism of "coloniality" coined by Peruvian social scientist Anibal Quijano, to designate the concealed and dark side of the Modernist project and emancipation. The term goes beyond the customary notion of colonialism by highlighting the way in which labor,

knowledge and interpersonal relationships are articulated in the framework of the capitalist global market and colonial difference.

The same frame of reference is involved with the approach termed "epistemic disobedience" that has hitherto hardly been taken into account in design as opposed to the practice of developing creative projects. One of the results of the current crisis in design could be such a practice, reconfigured and driven by epistemic disobedience – to date it still seems an unclear possibility, but that is not to say we should exclude it happening.²

Of late, the issue of unemployment and of exclusion/inclusion has entered the domain of design, which therefore sees itself confronted direct by social problems, which for understandable reasons prompts a vehement response among the mainstream that continues to cling to the idea of a socially neutral, and as it were aseptic notion of design. The proponents of the latter reject the hope innate in the former as erroneous and naïve, not to say absurd that the process could impact on the fabric of social relationships. The mindset that allows itself to even wish to reshape social relationships is castigated as outmoded. What you think of this is probably a matter of personal discretion. But we would be blind if we wished to deny the social effect of the activity of designing, especially on everyday life practices. The programmatic dismissal of social context and the conditionality of design activity is tantamount to putting socially relevant projects in quarantine. This political dimension to designing can be illuminated by taking the contrast between center and periphery seriously and I would like in this context to draw on the example of the history of South America.

In the last decade, the majority of Latin American countries celebrated 200 years of independence. In this context, there is talk of a "second independence". While the countries may have formally gained independence, they have not yet reached the stage of autonomy. And there are various explanations for this. I would like to limit myself to the international division of labor as a result of which the peripheral countries have a role of functioning primarily as exporters of commodities, i.e., of materials that no longer need



Gui Bonsiepe: Design, Cultura e Sociedade, Editora Blucher, São Paulo. 270 Seiten. Bisher nur erschienen auf Portugiesisch.

Gui Bonsiepe: Design, Cultura e Sociedade, Editora Blucher, São Paulo. 270 pages. So far released only in Portuguese.

to be processed, such as minerals, petroleum, wood, energy, soybean, meat, grains, that then serve as inputs for industrially differentiated economies. These are products without any added design component. Local design trends seek to oppose this trend by asking to what extent design can serve to strengthen autonomy and reduce heteronomy. From the Eurocentric viewpoint it is hard to accept this approach.

There are different sides to the above question, including the socio-political aspect, which designates the constitutive difference between design in the periphery and in the centers. In the periphery, design fluctuates between two poles, on the one hand that driven from outside and, on the other, the self-determined design practice, i.e., a politics to manufacture the second independence. It should be clear that there is no value judgment involved in defining this difference. I am interested in distinctions, not value judgments. We have to keep in mind that diversification in design has in recent decades led to a brace of new specializations, training programs and course offerings. The enthusiasm for experience design has already abated and was attractive solely owing to the pipe dream of opening up new worlds for design. In the debate on the subject two camps emerged: on the one hand, the champions of experience design and on the other the critics who considered the notion of wanting to design experiences to be utter humbug. The material substrate that is evidently indispensable to create "experiences" causes the experience design clear headaches. You cannot design experiences but can by means of the suitable design of material and semiotic artifacts trigger experiences.

To conclude, another element of the crisis in design bears mentioning, namely the efforts to make design art by eliding the distinction between design objects and art objects. Art historian Andrea Giunta writes: "(...) the artistic avant-garde asked itself the programmatic question as to the relation between art and its social setting."³ Examples of this avant-garde, this "great adventure of Modernism" were the Constructivists during the early days of the Soviet Revolution, who tried to translate art forms into forms of life. Today we can witness the reverse process, with design being interpreted as artistic activity, with the result that art

galleries and art museums open their doors to exhibit "design". The industrial product that was once not deemed worthy of note is gentrified by being given the status of a cultural object and is ideal as an investment asset. There was a scandal in the past if industrial products were submitted to an art exhibition as art objects, for example in 1917 in New York when Marcel Duchamp succeeded in submitting an anonymous mass-produced object, to top it all a urinal. Of course Duchamp was not interested in the design, and even less in blurring the lines dividing

My remarks here are based on a lecture I gave at Universidad Autónoma Metropolitana in México. In this expanded version translated from the Argentine Spanish, I have, for all my reservations, used the term "design" for purely practical reasons; it is bereft of the auratic feel of the German "Gestaltung" as in shaping, whereby the latter has far greater cultural connotations than the English word.
Gui Bonsiepe

art and design, as transitional design today attempts; but he did want with his action to undermine the traditional concept of art and spotlight its arbitrary nature. Compared to this, new attempts today to renew design through art seem pretty harmless. The new and not so new class of designs claims to produce a special class of products as "artistic design" that stands out not only for an explicit indifference (not to say animosity) toward the irritating criterion of utility, but largely limits itself to the variation of customary products for living rooms, such as seating, tables, luminaires and accessories. Design Art has nothing to do with the critical, revolutionary zest of a Duchamp, and should instead presumably be read as an expression of neo-conformism that

with a radical gesture leaves everything as it was. And no doubt the "design as art" presumably works into the hands of those affirmative curatorial interests that are on the look-out for new exhibition themes which go beyond the established, well-trodden typology of exhibition objects in the form of panel paintings, sculptures, installations and digital arts.

Literary scholar Edward Said once asked whether, apart from the synchronicity, there was a link between the politics of Ronald Reagan in the 1980s and the flood of literature programs in US universities with the post-structuralist textualism imported from France.⁴ Textualism treats texts as self-contained units, with no extra-textual references to society, politics and economics. Said proposed three questions for what he called a politics of text interpretation:

Who is writing? For whom was the text written? Under what conditions? If we adjust the content of these question, then we can transpose them onto design for the purposes of design interpretation, training and practice: For whom was a design developed? Under what economic, social and technological conditions?

Starting from these questions we could then probably pinpoint a link between the media-inflated auteur design and the Neoliberalism that has dominated things since the 1980s, and on to design cynicism and even design nihilism. Perhaps on the basis of these questions we could derive the criteria as to the relevance of design and thus find at least one possible way out of the crisis of design – and not just design. The chances of this may be slender at present but of one thing we can be certain: the crisis can not be outsourced.

Gui Bonsiepe: Studied at HfG Ulm (Information Dept.). Lectured and did development work at the HfG until 1968. Since 1968 design and consultancy work in development and industrialization policy in Latin America. From 1987 to 1989 software design for a software house in California. From 1993 – 2003 Professor for Interface Design at Cologne University of Applied Science. 2003 – 2005 Visiting Professor for integrated Media at ESDI Academy of Design, Rio de Janeiro. Lives in Brazil and Argentina.

WWW.GUIBONSIEPE.COM

1 Habermas, Jürgen. Kritik der Vernunft. vol. 5, Philosophische Texte, Frankfurt: Suhrkamp, 2009, p. 97.

2 Walter, Mignolo. Desobediencia epistémica – Retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad, Buenos Aires: Ediciones del Signo, 2010.

3 Giunta, Andrea. Escribir las imágenes – ensayos sobre arte argentino y latinoamericano, Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011, p. 58.

4 Said, Edward. "Opponents, Audiences, Constituencies, and Community," in: Critical Inquiry, vol. 9, no. 1, September 1982: 1–26.



JETZT ABONNIEREN!

JAHRESABONNEMENT

6 Hefte zum Bezugspreis von 90,- Euro/Ausland 110,- Euro

STUDENTENABONNEMENT

6 Hefte zum Bezugspreis von 65,- Euro/Ausland 85,- Euro

Gilt nur mit aktueller Studienbescheinigung.

PROBEABONNEMENT

zum Preis von 15,50 Euro

Sie erhalten 2 Mal hintereinander die neueste Ausgabe. Wenn Sie GRID nach Erhalt der 2. Ausgabe anschließend nicht weiterlesen wollen, teilen Sie uns dies bitte innerhalb von zwei Wochen mit. Falls Sie sich nicht melden, liefern wir Ihnen GRID zu den oben genannten Abonnementkonditionen regelmäßig für mindestens ein Jahr ins Haus.

WWW.GRID-MAGAZIN.DE

ABO@GRID-MAGAZIN.DE / TEL: +49 (0) 89 38 16 20-0 / FAX: +49 (0) 89 39 86 70

WHAT'S NEXT?



SCHWERPUNKT: FARBE IM DESIGN

WHO IS AFRAID OF RED, YELLOW AND BLUE?

In der nächsten GRID befassen wir uns ausführlich mit neuen Farbstrategien im Produkt-, Möbel-, Grafik- und Corporate Design. Wir befragen Hella Jongerius, die nicht nur als Gestalterin, sondern auch als Farbberaterin für Vitra tätig ist.

Jerszy Seymour und Naoto Fukasawa geben Auskunft über kulturelle Unterschiede in der Farbwahrnehmung.

The next issue of GRID will present a detailed consideration of new color strategies in product, furniture, graphic and corporate design. We interview Hella Jongerius, who is both a designer and color consultant at Vitra, while Jerszy Seymour and Naoto Fukasawa talk about cultural differences in the perception of color.

TYPOGRAFISCHE WUNDERKAMMER WEIDEMANN'S LEGACY

Auf Spurensuche: Wir besichtigen das berühmte Stellwerk-Atelier des großen Kurt Weidemann gemeinsam mit dem Fotografen Dietmar Henneka.

What will happen to Kurt Weidemann's extensive typography collection? We visit his former "Stellwerk" studio in Stuttgart, Germany, together with his friend Dietmar Henneka.

GRID
MESSESTAND/AT THE FAIR
27. NOV. – 30. NOV. 2012
EUROMOLD, MESSE FRANKFURT

GRID 02
ERSCHEINT/WILL APPEAR:
28. DEZEMBER 2012

KRAFTWERK VISUAL IDENTITY

Gerrit Terstiege trifft den Künstler und Grafiker Emil Schult, der seit über drei Jahrzehnten das visuelle Erscheinungsbild der Gruppe Kraftwerk mitprägt.

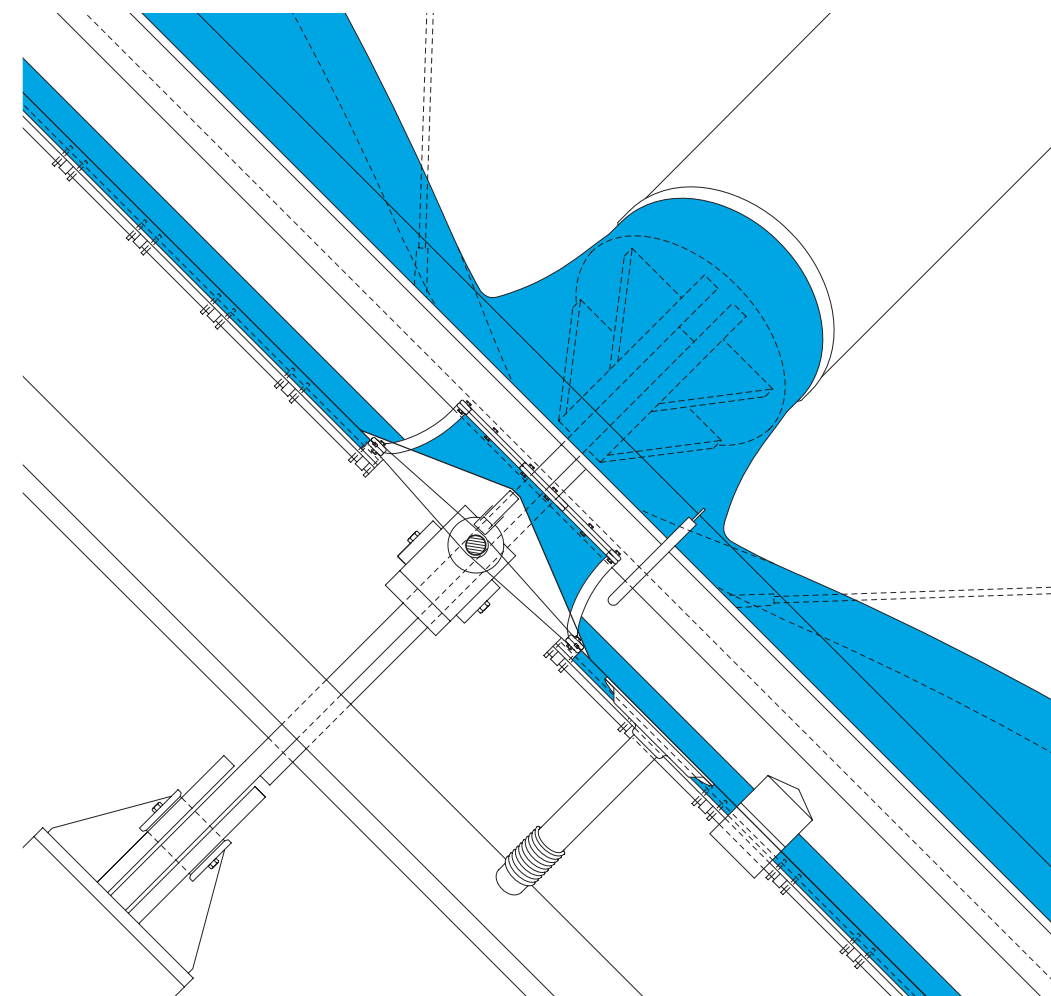
Gerrit Terstiege meets Emil Schult, who has been instrumental in shaping the visual identity of legendary German Electronic group Kraftwerk for over three decades now.

Die Zeitschrift für Architektur & Baudetail
Review of Architecture

- Wandelbare Stadiondächer
- Gestaltete Tragwerke – vom Pavillon zum Bahnhof
- Architekt und Ingenieur als Partner

DETAIL

Zeitschrift für Architektur + Baudetail · Review of Architecture · Revue d'Architecture
Serie 2012 · 10 · Tragwerke · Load-Bearing Structures · Structures porteuses



www.detail.de