

Von Petra Schwab

ES GAB ZEITEN, da war ein Stuhl einfach nur zum Sitzen da. Doch die sind längst vergangen: Möbelbauer haben das funktionale Bauhaus-Design hinter sich gelassen und suchen nach immer neuen Gestaltungsmöglichkeiten. Ihre Sitzmöbel sind bunte Schalen, Skulpturen und provokante Zitate. Als Spiegelbild gesellschaftlichen Wandels werden sie jetzt in der Ausstellung „Ideen sitzen. 50 Jahre Stuhl-Design“ im Museum für Kunst und Gewerbe gewürdigt.

„Der Stuhl ermöglicht wie kein anderer Gegenstand eine Auseinandersetzung mit Positionen des Designers“, sagt Rüdiger Joppien. Er ist Leiter der Sammlung Jugendstil und Moderne des Museums und Kurator der Ausstellung, die ursprünglich Stühle aus 150 Jahren zeigen sollte. Allein der Platzmangel im Haus am Steintorplatz machte diesen Plan zunichte, denn die Umbauarbeiten sind dort noch nicht abgeschlossen. Die renommierte Weihnachtsmesse der Kunsthandwerker muss dieses Jahr wegen der Ausstellung ins Souterrain umziehen.

Auch wenn Joppien ältere Stuhl-Schätze nicht zeigen kann, ist er froh, sich beschränkt zu haben. Die aufregende Zeit von den 60er-Jahren bis heute eignet sich besser, um sie mit 100 ausgewählten Stühlen zu dokumentieren.

Das älteste Exponat ist der „Panton Chair“ aus einem schwingvollen Kunststoffteil ohne Beine, 1960 vom dänischen Designer Verner Panton erfunden. Der schwere Stuhl, der einige Zeit nur ein Sammlerstück war, wurde erst Ende der 90er-Jahre zum Verkaufsschlager, als neue Technologien und Materialien ihn brauchbarer machten. Funktionalität stand in den 60er-Jahren eben nicht im Vordergrund. Auch der „Class Room Chair“ des Architekten Stefan Wewerka betonte 1970, dass ein Stuhl ein Statement sein kann und dass er seinen Platz in großen Museen statt in kleinen Wohnzimmern hat.

Ab Mitte der 70er-Jahre ging es zunächst ohne Plastik weiter: Die Ölkrise und ökologische Protestbewegungen gingen am Design nicht vorbei. Der „Wiggle Chair“, den der amerikanische Architekt Frank Gehry komplett aus verleimter Wellpappe fertigte, galt als sinnstiftendes Design, weil er aus sparsamen Materialien besteht.

Das folgende Jahrzehnt wurde wieder bunt: Die italienische Designergruppe Memphis spielte mit einfachen Formen und Herstellungs-

techniken und prägte mit bonbonfarbenen strukturierten Oberflächen die Zeit, während in Deutschlands Hinterhöfen junge Designer mit rohen Metall-Stühlen zu provozieren versuchten und die

documenta 8 in Kassel dem Wohn-design eine Halle widmete.

Die 90er-Jahre machten den Briten Jasper Morrison bekannt, dessen schlichter „Plywood Chair“ viele Designfans auf Purismus ein-

schwor. Einen anderen Weg gingen Fernando und Humberto Campana: Die brasilianischen Brüder wurden mit Sesseln bekannt, die in Armenvierteln São Paulos gefertigt wurden. Das Modell „Favela“ wur-

de 1991 aus kleinen, zerbrochenen Holzplatten zusammengenagelt.

In den vergangenen zehn Jahren gewannen moderne Technologien wieder an Bedeutung. Kreative setzten auf die Fähigkeiten compu-

tergesteuerter Maschinen, mit denen sich nie geahnte Feinheiten realisieren ließen. Die Dänin Louise Campbell ließ mit Lasertechnik den Sessel „Very Round“ aus Hunderten von metallenen Kreisen so

# Bitte nehmen Sie doch Platz!

Ab kommenden Mittwoch nimmt das Museum für Kunst und Gewerbe seine Besucher mit auf eine Exkursion durch 50 Jahre Stuhl-Design



„Auf Biegen und Brechen entwerfe ich falsche Stühle aus neuen Hölzern“, sagte Stefan Wewerka 1970 über seinen „Class Room Chair“

ausfräsen, dass diese sich zu einer federleichten und dennoch stabilen Sitzskulptur verbanden. Das jüngste Exponat, der „C2 Solid Chair“ des Franzosen Patrick Jouin, ist im Rapid Prototyping Verfahren hergestellt und wirkt wie in Stuhlform gewachsenes Schilfgras.

Gerade neue Werke zu zeigen, ist Joppien wichtig – und er kann dies nur, weil die Stiftung Hamburger Kunstsammlungen kürzlich 20 jüngere Stühle erworben hat. Mit ihnen erhalte seine Ausstellung über 50 Jahre Stuhl-Design den nötigen repräsentativen Charakter, sagt Joppien. Zur Schau hat sein Team ein pädagogisches Programm sowie einen Film beigesteuert.

Der Ausstellungskatalog kommt als kleines Booklet daher und erfüllt didaktische Ansprüche. „Design kann an Hamburgs Schulen als Prüfungsfach gewählt werden“, sagt Joppien und hofft auf viele Schüler im Museum. Sämtliche Fotos der 100 Exponate sind neben Zitaten ihrer Schöpfer oder von Designer-Kollegen im Katalog zu sehen.

Das Booklet bietet interessante Bonmots, wie man sie sonst aus Ausstellungskatalogen nicht kennt: Philippe Starck etwa ulkt über seinen Sessel „Richard III“: „Von vorn ein richtiger Bürger, und wenn man ihn umdreht, hat der Gute unter seinem Lendenschurz nicht mal Hosen an. Eine Scheinheiligkeit, die mir sehr gefällt.“ Tom Dixon sagt über seinen Erfolg: „Ich kam mir vor wie ein Alchimist, der Metall in Gold verwandelt.“ Manchmal schließen sich anschaulich Kreise, wenn etwa Joe Colombo in den 70er-Jahren sagt, was auch zwei Jahrzehnte später noch Gültigkeit hat: „Heute kann man die Wahrheit nicht allein in der Kunst suchen, sondern muss sich an die Wissenschaft und Technik halten.“

Bleibt zu hoffen, dass die Aussage der Campana-Brüder, „Wir versuchen, aus einem vermeintlichen Makel einen Triumph zu machen“, keinen Bezug zum Museum hat. Denn auch hier ächzt man unter Sparmaßnahmen und muss Ausstellungen immer häufiger aus eigenen Beständen realisieren. Mit der Ausstellung endet Joppiens Berufs-laufbahn: Er verabschiedet sich in den Ruhestand. Die Ausstellung ist für ihn „der Versuch einer Bilanz“. Also keine großartige Preziosenschau, sondern ein würdiger Abschluss seiner Museumskarriere.

■ „Ideen Sitzen. 50 Jahre Stuhl-Design“, Ausstellung im Museum für Kunst und Gewerbe vom 29. September bis 13. März 2011, geöffnet Di.-So. 11-18 Uhr, Do. 11-21 Uhr

# Ein Prost aufs Stapelbild

Selbst beim Fußballgucken haben wir es mit Gestaltungskunst zu tun: **Hamburger Designer** entwerfen einen Großteil der internationalen Bierkästen

PETRA SCHWAB

**HAMBURG ::** Es ist zu vermuten, dass vom kommenden Freitag an nicht nur in Deutschland der Bierkonsum ansteigen wird. Dass sich dabei gleichzeitig auch der Designkonsum vervielfacht, werden die meisten wohl eher unterbewusst wahrnehmen. Auf Balkonen, bei WM-Partys und überall, wo Fußballfans beim Public Viewing in Bierlaune geraten, bekommen sie es mit Hamburger Design zu tun. Das Gros der Kästen, die zur Weltmeisterschaft tonnenweise aus Supermärkten geschleppt werden, trägt hanseatisches Design.

Bierkästen sind nämlich nicht mehr das, was sie mal waren: Mit gerundeten Kanten, asymmetrischen Durchblicken und neuen Farben setzen sie Akzente in den zu riesigen Flächen aufgetürmten Kästen. „Ein gutes Stapelbild“, sagen Fachleute wie der Designer Jörg Ratzlaff dazu. Seine Firma „justblue.design“ hat einen Stein ins Rollen gebracht, als sie vor rund zehn Jahren dem ersten Bierkasten für Beck's ein neues Outfit verpasste. Seitdem wollen sich Brauereien mehr denn je durch ausgefallenes Kästendesign voneinander abheben und kommen dafür nach Hamburg.

## Irgendwann wollten alle Bierbrauer den Luxus im Kastendesign

Ratzlaff hatte mit Sebastian Beck damals das Designstudio „justblue“ gegründet und für den Beck's-Kasten unter anderem weiche Griffe entwickelt. Ein Luxuskasten, doppelt so teuer wie der alte. Statt Grün trägt er heute eine edle Kombination aus Grün und Grau. Der Kasten beflügelte die ganze Branche. „Nach einiger Zeit wollten alle Bierbrauer den Quantensprung im Bierkasten-Design“, sagt Ratzlaff.

Dabei ist es für Brauereien eine logistische Höchstleistung, alte Kästen durch neue zu ersetzen. Auch wenn sich viele Kästen beim Stapeln mischen lassen, weil die Grundmaße für eine Europalette genormt sind, möchte der Handel ein neues Modell gern zeitnah austauschen. Ratzlaff erlebte, dass sein zweiter Kunde, Krombacher, rund sechs Millionen neue Kästen über fast ein Jahr vorproduzierte, einlagerte und dafür Felder und Schuppen mietete, nur damit der Austausch mit einem Schlag ablaufen konnte.

Neue Kästen waren Anfang des Jahrtausends auch deshalb gefragt, weil innovative Technologien in der Spritzgusstechnik ausgefeilte Formen möglich machten. Mit ihnen ließen sich auch bald Kästen ohne scharfe Kanten produzieren, für die keine weichen Griffe mehr nötig waren. Doch die meisten wollen nicht mehr auf sie verzichten. Und es sollte noch viel luxuriöser kom-



men: „Wie in einer Schmuckschatulle wirken die Radeberger Flaschenhalse“, erklärt Ratzlaff. In Goldfolie gewickelt, kontrastieren sie mit einem roten Innenfutter – einer „Unterspritzung“ – in einem anthrazitfarbenen leicht rundlichen Kasten. Ein besonderer Auftrag, bei dem Ratzlaff nicht nur den Kasten sondern auch die Grafik und eine schlanke Flaschenform ersann.

Auf einen Luxuskasten ist auch ein anderer Hamburger stolz: Arne Schultchen schwärmt von einer silbergrauen Bierkiste mit Riffelung, die sein Büro, Feldmann + Schultchen, für die Biersorte Duckstein entwarf. Die Riffelung ist unempfindlich gegen Kratzer und verleiht hohe Stabilität bei geringem Materialeinsatz. Die noble Schöpfung kam

zur letzten Fußball-Europameisterschaft heraus und beim Brauereiriesen Carlsberg gut an. „Nehmt doch einen Kasten für alle!“, empfahl Schultchen und machte den grauen Ducksteiner-Kasten auch für Holsten, Astra und andere Carlsberg-Marken tauglich. Auf runden Flächen an den vier Seiten des vergrößerten Kastens finden die Markennamen Platz, sonst ist alles gleich und grau.

## Das Büro Feldmann + Schultchen hatte schon das Astra-Logo neu erfunden

Feldmann + Schultchen sind alles andere als Edel-Designer. „Wir sind lustig, menschlich und cool“, findet Schultchen und lacht. Sein Favorit ist immer noch das Logo, das sein Büro für Astra

Ende der Neunziger erfand: Ein Anker vor rotem Herz hatte es schnell zu Popularität gebracht. „Solche Zeichen liebt man hier“, weiß Schultchen. Dass Astra zur Kultmarke wurde, ist auch einer Werbekampagne der Agentur Philip und Keuntje zu verdanken. Die zeigte unzählige Varianten von trinkfesten Astra-Trinkern, die sich im Kiezmilieu auskennen und frech fragen: „Was dagegen?“

Herz-Anker und grau geriffelter Bierkasten kommen so gut an, dass die Einrichter des Hotels Superbude den Frühstücksraum statt mit Stühlen mit gepolsterten Astra-Kästen ausstatteten. Die Gäste der preiswerten Herberge in Hamburgs Spaldingstraße fühlen sich in dem Interieur „very stylish“ im

Warten aufs wohlige Zischen ... Ist es noch Bier oder schon Kunst?

Foto: Marcelo Hernandez



Designduo auf Kästen: Sebastian Beck und Jörg Ratzlaff. Foto: justblue.design



Designer André Feldmann (l.) und Arne Schultchen. Foto: Feldmann + Schultchen

Billigsegment. Arne Schultchen schmeichelt es, dass der Astra-Kasten als Hotelmobiliar taugt.

Der Auftragslage der Designer tut es in der Krise gut, dass Brauereien neue Sorten – von Fun und Ice bis Zero – auf den Markt bringen. Viele Kästen brauchen auch dafür ein neues Design. Sie müssen Einblicke auf die Flaschen offen lassen, damit man sehen kann, was in ihnen steckt. „Solche Display-Kästen können eine anspruchsvolle Aufgabe sein“, sagt Ratzlaff, denn in den Logistikzentren der Brauereien stehen oft fünf volle Europaletten aufeinander. Ratzlaff freut, dass Bierkästen länger halten als manches Möbel: Zwölf bis 15 Jahre reisen sie durch die Welt, bis sie komplett recycelt werden.