

Design - der kleine, vitale Unterschied : Design-Biennale in Kortrijk, Belgien

Autor(en): **Kluge, Jürgen**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **2 (1989)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-118971>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Design – der kleine, vitale Unterschied



«Marlene», «Battista» und «Dinamo», die Kleiderständer der Gruppe Zeus.

Die kleine, aber feine Schwester der gigantischen Möbelmessen, die Internationale Biennale «Interieur» in Kortrijk, Belgien, könnte zur richtungweisenden Drehscheibe im Einrichtungssektor werden: ein «Fenster auf die Welt des Designs in Europa».

Zwei Eigenheiten verhelfen der belgischen Biennale (zum 11. Mal, vom 20. bis 30. Oktober) jetzt schon zu einer Sonderstellung: Selektion der Messteilnehmer anhand ihrer Kreationen und ihres Präsentationskonzepts sowie Rahmenveranstaltungen mit internationaler Besetzung, an denen eine Reflexion über Entwicklungen stattfindet.

Bis ins Jahr 2000 soll das Leitmotiv «Design for Europe» beibehalten werden. «Wir sind uns im klaren darüber, dass wir grosse Ambitionen haben», gesteht Jozef de Jaegere, Präsident der Stiftung Interieur. Von Anfang an

sei das so gewesen, und man sei froh darüber, keine Daumenbreite von den ursprünglichen Zielen abgewichen zu sein. Heute kann de Jaegere solche Sätze souverän von sich geben. Vor 20 Jahren, als die erste «Internationale Biennale der Wohnkreativität» ihre Tore öffnete, wollte sich diese Zuversicht nicht so recht einstellen. Kaum jemand glaubte an eine Überlebenschance der Veranstaltung. Schon gar nicht die belgischen Firmen, die insgesamt (Möbel, Textilien, Küchen, Haushaltsartikel) nur gerade zehn Prozent der Ausstellungsfläche belegten. Vermutlich wären sie den Ansprüchen gar nicht gerecht geworden, denn die meisten produzierten damals noch Mobiliar ohne jeden Hauch von zeitgenössischer Gestaltung.

Per Satzung hat es sich die als Verein eingetragene Stiftung unter der Ehrenpräsidentschaft Ihrer Königlichen Hoheit, der Prinzessin von Lüttich, zur Aufgabe gemacht, «die Kreativität in der

Innenarchitektur zu fördern durch die Organisation einer grossen Biennale, die einen Überblick über die neusten Daten und besten Kreationen vermittelt und bekanntmacht». Um die angestrebte Qualität zu garantieren, schien es notwendig, eine Kommission damit zu beauftragen, die Ausstellungsprodukte auszuwählen und den dementsprechenden Firmen eine Einladung auszusprechen. Anfänglich musste gelegentlich mehr als ein Auge zuge drückt werden, um nur einigermaßen die Hallen füllen zu können.

Entgegen aller Prophezeiungen ist die Messe unterdessen auf das Fünffache (25 000 m²) ihrer ursprünglichen Fläche angewachsen, die Anzahl der teilnehmenden Länder von 6 auf 16, die der Stände von 153 auf 620 angestiegen.

Diesjähriger Schönheitsfehler im Auf und Ab der Entwicklungen: der Gesamteindruck des international ausgesprochenen Wettbewerbs (Adresse für 1990 siehe unten) unter dem gleichnamigen Titel «Design for Europe». Trotz des quantitativen Erfolgs (580 Projekte von 520 Teilnehmern aus 20 Ländern) vertrat die Jury mit Nachdruck die Auffassung, dass das allgemeine Niveau der Einsendungen von niedriger Qualität war. «Zuwenig theoretisch-philosophische Ansätze, zu wenig innovativer Input bezüglich Konzeption, Ergonomie, Konstruktion und Technologie. Zuviel Dekor und Theater, zu viele Entwürfe, die Mode und Trend folgen», gaben die neun Jurymitglieder, Leute wie Andrea Branzi und Michele de Lucchi (I), Axel Enthoven und Philippe Neerman (B), Ingo Maurer (BRD) und Andrée Putman (F), unisono zu verstehen. Die 15 von den unterschiedlichsten Firmen und Institutionen gestifteten Preise in einem Gesamtwert von über 1,5 Millionen bFr. (60 000 Fr.) bzw. 35 000 Ecu (Währungseinheit der EG) konnten vergeben werden. Mit von der Partie: der Winterthurer Rainer Christian Auer, dem die Stadt Kortrijk einen Preis in der Höhe von 85 500 bFr. (3420 Fr.) zuerkannte.

Das grosse Publikum zeigte nur selten eine Andeutung von Enttäuschung. Wie immer zwängte es sich in Volksfeststimmung, von Neugier getrieben, an den Plänen, Modellen und Prototypen vorbei.

Auch mochte das mittelmässige Gros der «Ideenbörse» die Referenten der Business-Konferenz

mit dem Schwerpunkt «Europa 92: Chancen... für wen?» nicht davon abhalten, in ihren (längst abgedruckten) Beiträgen von Vielfalt zu reden. Von Europas «Reichtum an unterschiedlichen Kulturen». Und wer Kultur sagt, spricht auch «von Design, ... diesem Mehrwert, ... diesem Humanismus der industriellen Epoche» (J. de Jaegere). Vom Gesichtspunkt des Designs müsse die Möbelindustrie ausgehen, wenn sie sich mit der Veränderung der Szenarien befasse, die sich aus der Vereinheitlichung des Europäischen Marktes ab 1992 ergebe (Rodrigo Rodriguez).

Das magische Ereignis '92, «diese kleine kopernikanische Revolution», bringt einige Bügelfalten ins Flattern, notabene bei den kleineren und mittleren Betrieben, denn die grossen Unternehmen werden sofort in der Lage sein, sich die billigen Arbeitsmärkte in Südeuropa zu erschliessen. Design, der kleine, aber bedeutungsvolle Unterschied, avanciert für sie zur Über-



«Captain Cook», Solo-Möbel von Herbert Ludwиковski.

FOTOS: PD

lebensstrategie. Auf der anderen Seite machte das von der U.E.A. (Union Européenne de l'Ameublement) in Zusammenarbeit mit der Stiftung Interieur organisierte Symposium deutlich, dass ohne Solidarität die japanische und amerikanische Konkurrenz nicht in Schach gehalten werden kann. «Design for Europe» bedeutet vor allem «Design from Europe» nach Übersee.

JÜRGEN KLUGE

Secrétariat Interieur, Concours d'idées «Design for Europe», Casinoplein 10, B-8500 Kortrijk, Telefon 056/21 66 03.