

Design in Slovenien
No design is an island



Ana Novak

No design is an island

Trotz geografischer Nähe und enger historischer sowie wirtschaftlicher Beziehungen scheint es manchmal, dass slowenisches Design in Österreich kaum vorhanden ist. Design und Kreativindustrien generell sind ihrem Charakter und ihrer Verknüpfung mit der Wirtschaft nach zweifelsohne ein Gebiet, das internationaler und regionaler Zusammenarbeit den Vorzug gibt.

Diese schwache Präsenz slowenischen Designs im österreichischen Raum führte SKICA letztes Jahr dazu, die Kreativindustrien – insbesondere Design – für die nächsten Jahre zu priorisieren und Slowenien zum ersten Mal an der Vienna Design Week teilnehmen zu lassen. Die ersten Schritte zu mehr Präsenz und Sichtbarkeit in der österreichischen Kreativlandschaft tat Niko Kralj, eine Legende des slowenischen Industriedesigns. Mit der Ausstellung seiner Stühle stellten wir jene Grundpfeiler vor, an denen kein moderner slowenischer Designer vorbei konnte und kann. Es war ein Blick in die Vergangenheit zum besseren Verständnis der Gegenwart und für eine gemeinsame Lösungsfindung für die Zukunft.

Diesmal treten wir gemeinsam mit dem Designforum in die Gegenwart ein: Die Ausstellung Silent Revolutions ist ein Querschnitt durch das Geschehen von der Entstehung des slowenischen Staates bis heute. Vereint werden Designer und Unternehmen, die die Vitalität des slowenischen Kreativ- und Unternehmensraumes repräsentieren. Die Ausstellung, die als Partnerschaft zwischen Designern, Produzenten und Designexperten konzipiert ist, hat schon durch Europa erfolgreich getourt – und doch ist ihr Zwischenstopp in Wien etwas Besonderes.

Wenn wir der Meinung »no man is an island« sind, können wir dies mit gleicher Bestimmtheit auch für Design behaupten. Es ist gekennzeichnet durch Dialog, ständige Kontrolle und unaufhörliche Herausforderungen, verknüpft mit technologischen und wissenschaftlichen Errungenschaften. Andererseits jedoch ist Design so eng mit unserer Lebensweise verflochten, dass wir oft überzeugt sind, uns damit auszukennen. Gefällt uns etwas nicht, sagen wir gerne, es sei »schlechtes Design«. Designer stehen also immer an der Schwelle von Fach- zu Amateurkritik.

Design spielt auch beim Erreichen unserer globalen Ziele eine wesentliche Rolle. Wir alle wünschen uns eine globale Wirtschaft, die nachhaltig für die Umwelt ist und jedermanns grundlegende Bedürfnisse befriedigt. Wir wollen komfortabel leben, und zwar ohne Gewissensbisse, diesen Komfort auf dem Rücken von anderen errichtet zu haben. Wir sehen uns nach kreativen Lösungen um, die all diese Aspekte berücksichtigen.

Der Gastaufenthalt der Ausstellung Silent Revolutions in Wien öffnet vor allem Dialogräume und lädt zu einem Blick über den Zaun: Was gibt es Neues bei den Nachbarn? Es hält einen Spiegel vor: Wie sehen mich die anderen? Es motiviert zur Zusammenarbeit: Was schaffen wir gemeinsam?

Und in diesem Sinn führt uns im Herbst der Weg aus der Gegenwart in die Zukunft: In Wien werden vielversprechende slowenische Designer, viele von ihnen erst am Beginn ihres professionellen Werdegangs, ihre Ideen und Lösungen für effizienteres Arbeiten und gemütliches Leben vorstellen.

Ana Novak ist Leiterin des Slowenischen Kulturinformationszentrum SKICA in Wien.



Design ist ein Schlüsselbereich der sog. Creative Industries. Das Zusammenwirken von Wirtschaft und Kultur, wie es in der Kreativwirtschaft tagtäglich gelebt wird, hat sich auch zu einem wichtigen Teil internationaler Kulturarbeit entwickelt. Christoph Thun-Hohenstein, Direktor, MAK

Design in Slowenien: No design is an island

Herausgeber:
SKICA – Slowenisches Kulturinformationszentrum
www.skica.at
office@skica.at

Redaktion: Ana Novak
Übersetzung: Marjeta Wakounig
Lektüre und Korrektur: Katarina Novak
Titelfoto: Dejan Kos, Fernsehtisch *Tramek*, Produktion Tischlerei Amek, Andrija Đalić
Design: Phant&Puntza
Druck: REMAprint

Erschienen anlässlich der Ausstellung:
Silent Revolutions
22. März - 28. April 2013, designforum^{WIEN}

Organisation: **SKICA** – Slowenisches Kulturinformationszentrum
in Kooperation mit MAO – Museum für Architektur und Design, Ljubljana
Ausstellungsautorin: Maja Vardjan



Slowenisches
Kulturinformationszentrum
SKICA



HIŠA ZA ARHITEKTURO
IN OBLIKOVANJE
MUSEUM OF
ARCHITECTURE AND DESIGN

Ewa Esterhazy

„Stran je v izdelavi“*

In unserer globalisierten Zeit weist Design oft kein eindeutig erkennbares nationales Erscheinungsbild oder deutliche Kennzeichen regionaler Provenienz auf. Und unsere international vernetzte Informations- und Kommunikationskultur erlaubt geradezu grenzenlos einfache Recherche. Wirklich nach allem und jedem immer und überall?

Oben:
Rok Oblak, Co-Autor
Larry Winiarski,
Biomasse-Kocher *Holey Rocket* (Foto: Margherita Marzorati)

Rechts:
Tanja Pak, Wasserset *Flow*
(Foto: Boris Gaberščik)

Meine Erfahrung zeigt, wie wichtig analoge Präsentation gerade im Zusammenhang mit Design ist. Da man nicht immer und überallhin reisen kann oder will, ist man oft auf die Suche im Web angewiesen. Dennoch sind Funktionalität, Haptik und physische Ästhetik medial ungefiltert unvergleichlich besser erfahrbar.

Im Zuge meiner Auseinandersetzung mit dem Thema Design aus Slowenien entdeckte ich Aufnahmen, die ich anlässlich einer Recherchereise nach London 2011 machte: Damals fotografierte ich Prototypen von Designobjekten, bei denen ich Potential für den Verkauf im Shop,

für den ich verantwortlich bin, sah – und die ich nun in der Ausstellung wiederfinde.

So fielen mir schon damals etwa der Lajt Chair von Janez Suhadolc oder das Flow Water Set von Tanja Pak ins Auge. Auch das nicht unironische Konzept Holey Rocket Stove von Rok Oblak mit Co-Designer Larry Winiarski hat meine Sympathie. Die oft sprachspielrischen Titel verbinden nationales Selbstbewusstsein mit dem Anspruch auf internationale Wertschätzung und Wirkung.

Nicht weniger interessant sind Hersteller in Slowenien, die mit internationalen Designern zusammenarbeiten. Hier verdienen die Lampen von Ulli Budde, Matthias Hahn oder Nika Zupanc für Vertigo Bird besondere Aufmerksamkeit. Und RIKO entwickelte gemeinsam mit Philippe Starck das Konzept des Democratic Eco House, das mit seinen präfabrizierten Teilen und hohem ökologischen Anspruch Holzkonstruktionen in Projekten für möglichst viele Anwendungen zulässt.

Dem slowenischen Design-Altmeister Niko Kralj war anlässlich der Vienna Design Week 2012 im Architekturzentrum Wien eine Ausstellung seiner Stühle gewidmet; dabei waren für mich seine Holzspielsachen eine überraschende Wiederentdeckung, die ebenso eine Re-Edition als Designklassiker verdienen wie seine Rex-Möbelserie.

Sicherlich werden Hersteller in Slowenien für Produzenten im benachbarten Europa zunehmend interessant, auch im Hinblick auf den zuletzt verstärkt diskutierten Aspekt handwerklicher Erzeugung. Vor allem Unternehmen, die traditionelle Techniken erhalten oder wiederbelebt haben, sind gefragt. Zugleich sind es neue Technologien, deren Einsatz im Kontext ökonomisch bewusster und ökologisch verantwortungsvoller Anwendung zukunftsweisend sein wird. Ein gelungenes Zusammenspiel von Tradition und Innovation wird sich auch hier entscheidend auswirken. Und nicht zuletzt wird der subtile Humor, der dem slowenischen Design mitunter innewohnt, zum Erfolg beitragen.

Ewa Esterhazy ist seit 2005 Geschäftsführerin des MAK Design Shop im MAK – Österreichisches Museum für angewandte Kunst / Gegenwartskunst in Wien. Laufend lädt sie Designer und Designerinnen ein, einen neuen Aspekt ihrer Arbeit beim After Work Meeting Point im MAK Design Shop zu präsentieren. Info: www.MAKdesignshop.at

*„Seite ist noch in Bearbeitung“





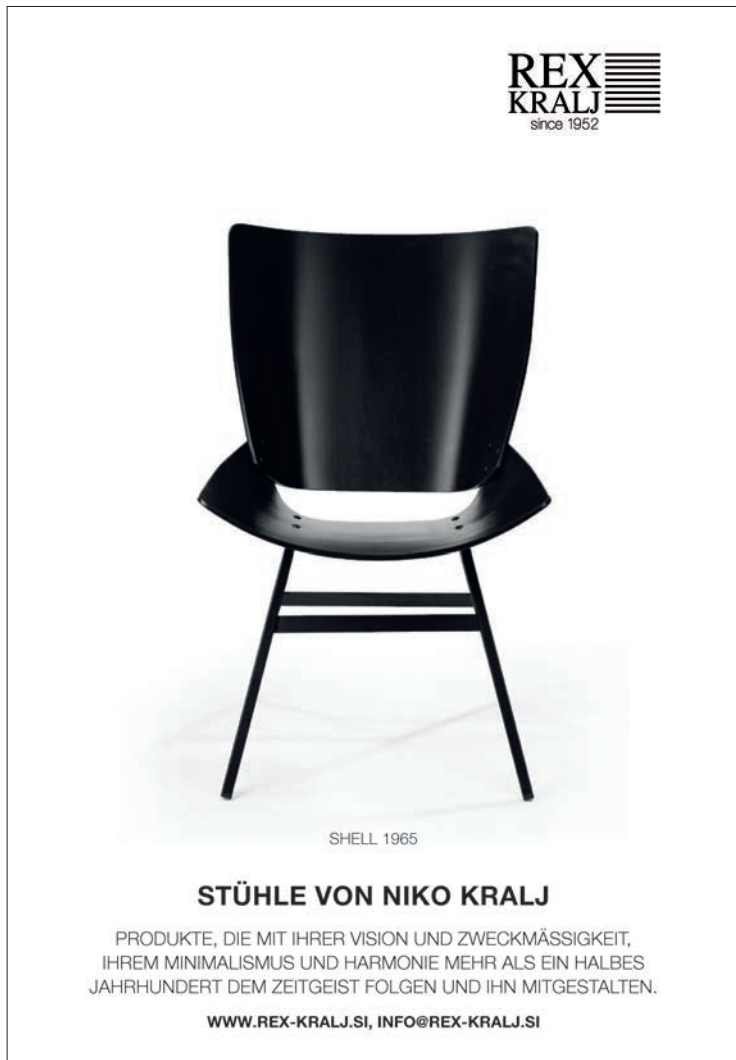
Matevž Čelik

Design in Zeiten der neuen Industrierevolution

Ende letzten Jahres erreichte die iPad-Halterung **Boomerang** auf der Crowdfunding-Plattform Kickstarter das gesteckte Ziel von 40.000 Dollar. Davor gelang es auch dem Stuhl **LL**, die Mittel für den Produktionsstart auf diese Art und Weise zusammenzubekommen. Beide Produkte wurden von zwei jungen slowenischen Designern entworfen, **Boomerang** von Luka Stepan und der Stuhl **LL** von Luka Ločičnik. Um die „Mitfinanzierer“-Community auf Kickstarter für beide Projekte zu gewinnen, musste eine Präsentation vorbereitet werden, die viel Arbeit und Mittel abverlangte, ohne Garantie, diese Mittel je wiederzubekommen.

Pop-up Zuhause,
Oktober 2012

Einen Monat davor, während der Ljubljana Biennale für Design (BIO), mieteten fast 80 der jüngsten slowenischen Designer und Designergruppen einen Monat lang eine Altbauwohnung und möblierten sie – größtenteils – mit ihren eigenen Erzeugnissen. Das Projekt mit dem Namen *Pop-up dom* (Pop-up Heim) begeisterte zahlreiche Besucher, die die Serien- und Unikatomöbelstücke kaufen oder auch nur ansehen, das gestaltete Essen kosten und vor allem zusammenkommen konnten. Die jungen Designer zeigten auf praktische Art und Weise verborgenes Designpotenzial, Wege zur Atmosphärenschaufung in Räumen, wie man verschiedene kreative Disziplinen miteinander verbinden kann und – nicht zuletzt – wie man Design per se effektiv vermarktet.



Ich beobachte immer wieder, dass Slowenien über ein ausgesprochen hohes kreatives Potential verfügt, welches schon in langer Tradition gefördert wird. Darum bin ich sehr erfreut, dass designaustria seit vielen Jahren aktiver Partner der „Biennial of Design“ in Ljubljana ist, die meiner Meinung zu den international bedeutendsten Ausstellungen im Gestaltungsbereich zählt.
Severin Filek, designaustria



Oben:
Luka Ločičnik,
LL Stuhl, 2010–12

Unten:
Idee Uroš Čadež,
Designer Luka Stepan,
Boomerang, Gigodesign,
2012

Vor sechzig Jahren wären diese jungen Designer höchstwahrscheinlich in einer der zahlreichen Fabriken Sloweniens angestellt worden. Die Designer der ikonischsten slowenischen Gegenstände des 20. Jahrhunderts, z. B. Niko Kralj, der für das Unternehmen Stol den Stuhl Rex designte, oder Davorin Savnik, der für Iskra das berühmte Telefon *Eta* entwarf, hatten eine fixe Anstellung und designten Produkte, die in 100.00-facher Ausführung vom Fließband in die Geschäfte gelangten.

Was ist also mit dem Design von Gegenständen für die Massenproduktion passiert? Die Wirtschaft, die den sozialistischen Markt jahrzehntelang relativ ungestört mit Produkten versorgte – von Lehnssesseln bis hin zu Schweißapparaten –, fand sich eines Tages in einem neuem kapitalistischen Ökosystem wieder. Es ist jedoch immer evidenter, dass die bankrotten Fabriken nicht nur Opfer von wirtschaftlichem Übergang und Privatisierungstycoons waren, sondern auch jene Rigidität dazu beitrug, die das fordistische Industrieproduktionsmodell

kennzeichnete, das nach dem Zweiten Weltkrieg aufblühte. Die Deindustrialisierung erreichte Anfang der Neunziger auch Slowenien und war nicht ausschließlich die Folge von Privatisierungen.

Jene Produktionsunternehmen, die sich einem erfolgreichen Wandel unterzogen, sind heute jedoch – nicht nur wegen der Wirtschaftskrise – vor neue tektonische Verschiebungen gestellt, ausgelöst durch das Internet und neue schnelle Produktionsprozesse wie zum Beispiel den 3D-Druck. Wenn es möglich ist, nur mit dem Plan für eine iPad-Halterung mehr als 40.000 Dollar bei potenziellen Käufern zu sammeln, die das Produkt nur im Internet gesehen haben, ändern sich Rolle und Einfluss traditioneller Industrieproduzenten am Markt offensichtlich von Grund auf. Die rigiden Top-Down-Produktionsmodelle, die sich etablierten, um die Massenindustrieproduktion im vergangenen Jahrhundert zu optimieren, machen nun flexiblen Peer-to-Peer-Netzwerken Platz, die zu neuen Gesetzmäßigkeiten führen.

Die oben beschriebenen Beispiele behandeln kreative Individuen und Gruppen, die bei der Entwicklung neuer Produkte von der eigenen kreativen und unternehmerischen Energie getrieben werden. Dabei knüpfen sie neue Kooperationen zwischen verschiedenen Fachgebieten: Kommunikologen, Wissenschaftlern, Ökonomen und anderen. Designer fungieren als Moderatoren oder Urheber neuer Prozesse. Der eingangs erwähnte Boomerang war die Idee des Computeranimationsdesigners Uroš Čadež, mehrere Einzelpersonen waren in den Entwicklungsprozess involviert, darunter ein Innovator, ein Unternehmer, ein Industriedesigner und zufällige Unterstützer, von denen am Weg von der Produktidee bis zur erfolgreichen Realisierung jeder seine Rolle spielte.

Es stimmt, dass Produktdesign größtenteils nie als eine sehr politische Tätigkeit galt, jedoch werden Veränderungen, die in Fertigungsprozesse von Gegenständen eingreifen, zweifelsohne auch politische Konsequenzen haben. Jene Designer und Gruppen, die hinter *Boomerang* und *Pop-up dom* stehen, setzen sich selbst mit Themen wie Arbeitswert, Konsumethik, Technologiegrenzen oder dem Spiel der Kräfte am Markt auseinander und reagieren darauf. Wie Eva Perčič, Forschungsdirektorin am Memo Institut, das die Marketingstrategie für die Boomerang-Präsentation auf Kickstarter vorbereitete, feststellt, „ist eine Generation im Anmarsch, die nicht an die neoliberalistischen Modelle der Gewinnmaximierung glaubt, sondern ihre Modelle im Einklang mit der Optimierung des sozialunternehmerischen Prinzips entwickelt.“

Die Erfahrungen der letzten Jahre in Slowenien zeigen, wie schwer und langsam sich große Industriesysteme an komplexe Situationen anpassen und welches große Potenzial kreative Individuen, die in Unternehmensprojekte eingebunden sind, beim Erschließen neuer Wege für die Wirtschaft darstellen. In diesem Sinne müsste man auch die Reformen, die die Regierungen heute wegen der Wirtschaftskrise durchführen, als Bumerang verstehen. Wenn sie gut gestaltet sind, werden sie in einem schönen Bogen zu demjenigen zurückkehren, der sie geworfen hat. Ansonsten werden sie höchstwahrscheinlich ins Leere verschwinden.

Matevž Čelik ist Direktor des Museums für Architektur und Design in Ljubljana

Maja Vardjan

Silent Revolutions

Die Ausstellung *Silent Revolutions: Modernes Design in Slowenien* stellt die jüngste slowenische Designproduktion vor, die mittlerweile bereits mehr als zwei Jahrzehnte der Staatsunabhängigkeit prägt. Zweiundzwanzig Produkte sowohl etablierter als auch vielversprechender Designer und Produzenten zeugen von Vielfalt und Besonderheit slowenischen Designs und weisen auf die außerordentlichen Leistungen der einzelnen Hauptakteure hin.

Foto: Jana Urbas

Doch die Geschichte des modernen slowenischen Designs entwickelte sich nicht ausschließlich aus der neuen Gesellschaftsordnung heraus, die nach der Unabhängigkeitserklärung 1991 vom System der offenen Marktwirtschaft gekennzeichnet war, sondern reicht bis ins 20. Jahrhundert zurück, in die Zeiten des Industrieaufschwungs und die Blütezeit zahlreicher slowenischer Unternehmen. Diese Kontinuität der Entwicklung slowenischen Designs versuchen bereits Titel und Konzept der Ausstellung auszudrücken, denn *Silent Revolutions* porträtiert Slowenien als Staat mit einer außergewöhnlichen Designgeschichte, der sich international jedoch (noch) nicht als wichtiger und einflussreicher Standort etabliert hat. Diese „Stille“ war auch ein Anstoß zum Konzept der Ausstellung, die auf dem breiten Spektrum neuerer Produkte aufgebaut ist, die im Dialog mit fünf ikonischen Objekten aus der slowenischen Designgeschichte stehen. Der andere Aspekt, die Idee der „Revolution“, weist hingegen auf die Tatsache hin, dass mehrere ausgewählte Produkte mit bahnbrechenden Innovationen neue, beispiellose Standards auf internationaler Ebene setzen.

Ausgewählte Kapitel: Heterogenität von Ansatz und Praxis

Modernes slowenisches Design ist nur schwer auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen, weshalb die Ausstellung vor allem unterschiedliche Beispiele hervorhebt, die sich aber trotz Heterogenität von Ansatz und Praxis in die grob skizzierten Kapitel der komplexen Situation einfügen lassen.

Riesen – Der Übergang zur neuen Marktwirtschaft und der Verlust des jugoslawischen Marktes in den Neunzigern führten zum Ruin vieler Unternehmen des ehemaligen Staates. Zu den wenigen Firmen, die während dieser Zeit eine Umstrukturierung schafften und sich somit ihr Bestehen sicherten, gehören der Haushaltsgerätehersteller Gorenje sowie die Unternehmen Elan und Alpina, die mit Produkten wie Skiern aus der Serie Amphibio Waveflex oder den Langlaufschuhen Racing Elite neue Meilensteine in der Ski-Industrie setzten. Eines der größeren Unternehmen, das seine Blütezeit schon in Zeiten des neuen Staates erlebte, ist Trimo, das mit seinem Produkt Qbiss One with Art Me das Konzept der Anpassung und individuellen Auswahl in vorfabrizierte Elemente einbrachte.

Aufgeklärte Innovatoren – Ein weiteres Spezifikum und Tradition des kleinen slowenischen Raums ist die ungewöhnlich große Zahl außerordentlicher Innovationen im internationalen Vergleich. Diese sind oft das Ergebnis der Nachforschungen engagierter Individuen, die Design mit dem Spezialwissen aus anderen Berufen verbinden, z. B. die Gramophone und Tonarme des Maschinenbauingenieurs und Audiophilen Franc Kuzma, die Auspuffsysteme des ehemaligen Rennfahrers Igor Akrapovič oder die ultraleichten Motorflieger der Firma Pipistrel, für die Ivo Boscarol zahlreiche bedeutende internationale Preise erhielt.

Phänomene – Nika Zupanc, Lara Bohinc und Leonora Jakovljević repräsentieren unabhängige Designer mit starken persönlichen Geschichten und Kommentaren zur etablierten Welt des rationalen Designs. Ihre Arbeit ist vor allem auf den internationalen Raum ausgerichtet, wo sie neben der Kooperation mit Unternehmen auch eigene Handelsmarken



Für mich verfügt Slowenien über eine besondere Designgeschichte: slowenisches Design musste früh auf eigenen Beinen stehen, da Slowenien nicht Teil eines West- oder Ostbündnis war - ein Umstand der dem slowenischen Design heute zu Gute kommt. Außerdem sehe ich zwischen slowenischem und österreichischem Design viele Gemeinsamkeiten: zwei Länder mit einer außerordentlichen Designhistorie in Handwerksbetrieben und Manufakturen, zwei Länder in denen sich früh nachhaltiges Denken im Design etablierte. Ich fühle mich dem slowenischen Design sehr verbunden und freue mich das immer wieder überraschende slowenische Design vermehrt am internationalen Design-Display wahrzunehmen.
Thomas Feichtner, Designer



entwickeln, über die sie alle Aspekte des Schaffensprozesses ohne größere äußere Einflüsse überwachen können – vom Konzept über die Herstellung bis zum Vertrieb. Um einen gänzlich anderen, jedoch ebenso konzeptuell starken Ansatz handelt es sich bei den Open-source-Kochern von Rok Oblak, in denen die Macht des Designers in seiner persönlichen Untersuchung der Realität der Dritten Welt und in einem Produkt, das zahlreiche Anpassungsmöglichkeiten für lokale Hersteller und Anwender bietet, zum Ausdruck kommt.

Industriehandwerk – Viele traditionelle slowenische Handwerkskünste verschwinden langsam, doch einige Designer kehren zu altbewährtem Wissen zurück, verbinden Handwerk mit industriellen Prozessen und beleben es mit frischer, moderner Erfahrung. Die Glasdesignerin Tanja Pak und der Architekt und Stuhl designer Janez Suhadolc haben sich Materialien wie Glas und Holz verpflichtet, und die Textildesignerinnen Oloop akzentuieren die Rückkehr zu Handwerk und kreativer Arbeit in Gruppen.

Neue Konsumbereiche – Neben den großen Industriesystemen stechen in Slowenien auch jüngere, kleinere



Links:
Marko Turk für
Elektroakustisches
Laboratorium (EAL):
Mikrofonserie; 1956–1997
(Foto: Jaka Babnik)

Niko Kraj für Stol
Kamnik: Rex Stuhl; 1952
(Foto: Janez Kališnik)

Oben:
Saša J. Mächtig
für Imgrad: Kiosk
K67; 1966 (Foto: Saša J.
Mächtig)

Davorin Savnik für Iskra:
Telefon Eta 80; 1979 (Foto:
Dokumentation TMS)

Peter Florjančič, Rahmen
für Diapositive; 1969 (Foto:
arhiv Petra Florjančiča)

Unternehmen hervor – üblicherweise in der Gestalt eines charismatischen Inhabers, der in Zusammenarbeit mit ausgewählten Designern freie Nischen für seine Produkte sucht. Dazu gehören die Handelsmarke Vertigo Bird, die Beleuchtungskörper produziert, welche sich trotz unterschiedlicher Formen und Funktionen in Frische und Humor ähneln, der Leuchtenhersteller Intra lighting, der mit Designstudios wie Asobi, Gigodesign und Studio Miklav vor allem modulare Systeme der Architekturbeleuchtung entwickelt, sowie der Bootshersteller Seaway mit Produkten wie dem Hybridboot Greenline Hybrid.

Produkte der neuen Normalität – Das slowenische Designgebiet wird auch durch gewöhnliche, einfache Produkte bereichert, die auf den ersten Blick eher alltäglich wirken. Ihre Form, Ästhetik und Verwendung sind bekannt, dennoch strahlen sie eine Atmosphäre aus, die sie von der Flut des Generischen trennt. Den Architekten Arne Vehovar beziehungsweise den Designer Toni Kancilja interessieren somit vor allem das reine Wesen des Produkts, die Balance und Vollkommenheit der Konstruktion. Personifiziert wird die Rationalität auch in den Stühlen von Rok Kuhar und Katjuša Kranjc und nicht zuletzt in der extrem leichten Schaufel Efekt,

die mit ihrer Materialität das stille Potenzial gewöhnlicher, alltäglicher Artefakte besingt.

– Seit September 2011 stellt die Ausstellung Silent Revolutions slowenisches Design bei den Designwochen in London, Eindhoven, Belgrad, Helsinki sowie in ausgewählten Museen und Galerien wie im La Triennale di Milano, der Kunstgalerie Maribor und im designaustria im Wiener Museumsquartier vor. Die großen Holzcontainer, die als Transport- und Präsentationsmittel der Produkte dienen, symbolisieren die Reise der Ausstellung als eine Etappe auf dem schwierigen Weg von der Herstellung bis zum Endverbraucher. In der Zwischenzeit entwickeln sich im Hintergrund immer neue Produkte, Studien, Projekte, Systeme und Dienstleistungen, die neue, unerschlossene Kapitel des Designs in Slowenien eröffnen.

Maja Vardjan ist Kustosin im Museum für Architektur in Design in Ljubljana und Autorin der Ausstellung „Silent Revolutions“



Design aus Slowenien? Slowenisches Design ist voller Kraft und Innovation! Die Ausstellung ist wieder einmal eine wichtige Inspiration für mehr kulturelle und ökonomische Zusammenarbeit und für mehr Austausch mit unserem südlichen Nachbarland. Ula Schneider, Soho in Ottakring



Lilli Hollein für Vienna Design Week

Wiener Mischung

Der Designbereich hat so wie viele andere Disziplinen aus dem Bereich der Kreativindustrie in den letzten Jahren zunehmend an öffentlicher Wahrnehmung gewonnen und immer mehr setzt sich wieder eine positive Besetzung des Schlagwortes „Design“ durch, das für mindestens zwei Dekaden mit dem Nimbus der ebenso schrillen wie nutzlosen Oberflächengestaltung behaftet war.

Links:
Pipistrel, Flugzeug
Taurus Elektor A2
(Foto: Archiv Pipistrel)

Jure Miklavc, Jože Carli
(**Studio Miklavc**),
erster ökologischer
Laufschuh *Alpina*
Promise (Foto: Dragan
Arrigler)

Als wir, Tulga Beyerle, Thomas Geisler und Lilli Hollein, 2006 das Festival „VIENNA DESIGN WEEK“ ins Leben gerufen haben, waren wir davon nach einen ganzen Schritt weiter entfernt. Umso mehr war es uns ein Anliegen einerseits einer breiteren Öffentlichkeit die Möglichkeiten und überzeugenden Argumente für Design näher zu bringen, andererseits wollten wir die lokale und nationale Szene durch den internationalen Austausch, die durchwegs multinationale Ausrichtung des Festivals stärken und damit verbunden auch unverhohlen einem gewissen Leistungsdruck aussetzen.

Lokale Szenen sind wichtige Triebfedern, die sind eine Nährlösung für ein Heranreifen, eine Diskursschulung, eine Vergleichsmöglichkeit, ein großer, heterogener und nicht immer harmonischer Klub, aber im besten Fall auch ein Rückhalt. Solche Szenen bilden sich normalerweise von selbst, wobei deren Beschaffenheit natürlich branchenabhängig ist. Die Modebranche zelebriert die Abgrenzung, die Musik filetiert in viel Sparten, die Produktdesignschaffenden sind hingegen ähnlich wie die Architektur sehr offen für einen inklusiven Austausch und Gemeinschaft – zumindest hier in Wien.

Diese Impulse sind erfahrungsgemäß wirksamer, wenn sie aus diesem Kreis kommen und nicht von einer gar behördlichen Stelle aufgetischt werden.

Unser Festival wird als solche Initiative begriffen, nicht zuletzt weil wir damit keine kommerziellen Ziele verfolgen, keine Vorgaben zu erfüllen haben und die Sprache und Bedürfnisse der Szene verstehen, weil sie ein Stück weit unsere eigene ist, da wir alle eine Ausbildung und gewisse Praxis als Designer, Designkuratoren und Autoren haben.

Dennoch: Szenen kann man durch Ort und Formate für Zusammenkünfte, Diskurs und Gegenüberstellung und wohl auch eine gute Förderlandschaft stärken und hier kommen Organisationen und Institutionen ins Spiel. Museen und Ausstellungshäuser, Sponsoren von Vortragsreihen, Stipendien, Residencies und eben ganz wesentlich auch Festivals halten die Kommunikation lebendig. Eine Szene, die stark aus sich selbst heraus ist, kann auch umso besser nach Außen kommunizieren und kommuniziert werden.



Deshalb haben zuweilen auch in Zeiten einer längst überholten Praxis von Leistungsschauen mit nationaler Zuordnung die Darstellungen solcher kreativen Brutstätten, solcher lokaler Verdichtungen dennoch eine Berechtigung.

Die VIENNA DESIGN WEEK hat sich im vollen Bewusstsein darüber, dass Wien nicht die Welthauptstadt des Design ist, aber ein Ort voller Vorzüge, die von vielen hier lebenden und wirkenden Menschen geschätzt werden entschlossen eine Reihe von Formaten zu entwickeln, die unterschiedliche Aspekte aufgreifen. In unserem Festival involvieren wir die Stadt indem wir einen Call für Social Design Projekte ausschreiben, die optional in Zusammenarbeit mit großen karitativen Organisationen umgesetzt werden und sich sowohl mit tatsächlichen lokalen Fragestellungen befassen als auch mit Thematiken, die eine exemplarische Anwendbarkeit auch für andere Städte erläutern. Dieser Call ist offen für Beiträge aus aller Welt, einzige geografische Hürde ist, dass die Umsetzung in Wien während der Festivalzeit zu erfolgen hat.

Mit dem Erfolgsformat „Passionswege“ ist es uns gelungen in den 7 Jahren seit Bestehen dieses Projektes eine Begehrlichkeit nach dem Wissen und Können, das Wiener Handwerksbetriebe in sich bergen zu erwecken. Wir laden hierzu immer eine Mischung österreichischer und internationaler Designschaffender ein. Der Austausch mit den Manufakturen und den anderen Teilnehmenden auf Seiten des Designs sorgt jedes Jahr für die Bildung kleiner, temporärer Mikroszenen.

Das Labor ebenso wie Talks, Exhibitions und Education verstärken den Vermittlungsanspruch, den das Festival an sich selbst stellt. Hier können Fachleute auf hohem Niveau weiterlernen, aber all diese Formate sind auch ein Einstiegsangebot an Menschen, die ein grundsätzliches Interesse an den Arbeitsmethoden und Themen hegen und hier ein lebendiges und größtenteils kostenloses Informationsangebot in Anspruch nehmen können.

Ein wichtiger Part im internationalen Austausch im Rahmen unseres Festivals liegt in der Zusammenarbeit mit Programmpartnern. Das sind Designbüros ebenso wie Museen Institutionen, Galerien, andere Festivals und zu einem nicht unerheblichen Teil die Kulturinstitute, die hier wichtige Arbeit leisten, weil sie sich sehr oft in den Dienst junger Szenen stellen und den internationalen Austausch nicht nur forcieren sondern oft überhaupt ermöglichen.

Skica war hier schon im ersten Jahr seines Bestehens ein wichtiger und vitaler Partner, ein kenntnisreiches Gegenüber, der es innerhalb kürzester Zeit gelungen ist, sich mit impulsgebenden Protagonisten des Kulturlebens in Wien und Österreich zu vernetzen. Mit Skica hat der VIENNA DESIGN WEEK ein willkommener Partner bekommen. Denn nun zum Abschluss gezeigte Schau erfüllt genau die beschriebenen Anforderungen eine Szene zu stärken. Wir schauen also gespannt auf die slowenische Szene und das, was uns Skica darüber erzählt.



GORENJE RETRO COLLECTION - VON “KÜHL” ZU “COOL”

Die neue “Gorenje Retro Collection“ in trendiger Farbgebung – elegant, romantisch oder frech. Entdecken Sie Ihren eigenen Retro Style. Chic. Vintage. Funky. Egal, welche Wahl Sie treffen, Sie entscheiden sich für höchste Energieeffizienz mit einem Touch von Nostalgie – formvollendet im Stil der 50er Jahre.



www.gorenje.at gorenje



Barbara Predan

Wie und weshalb verwenden wir etwas?

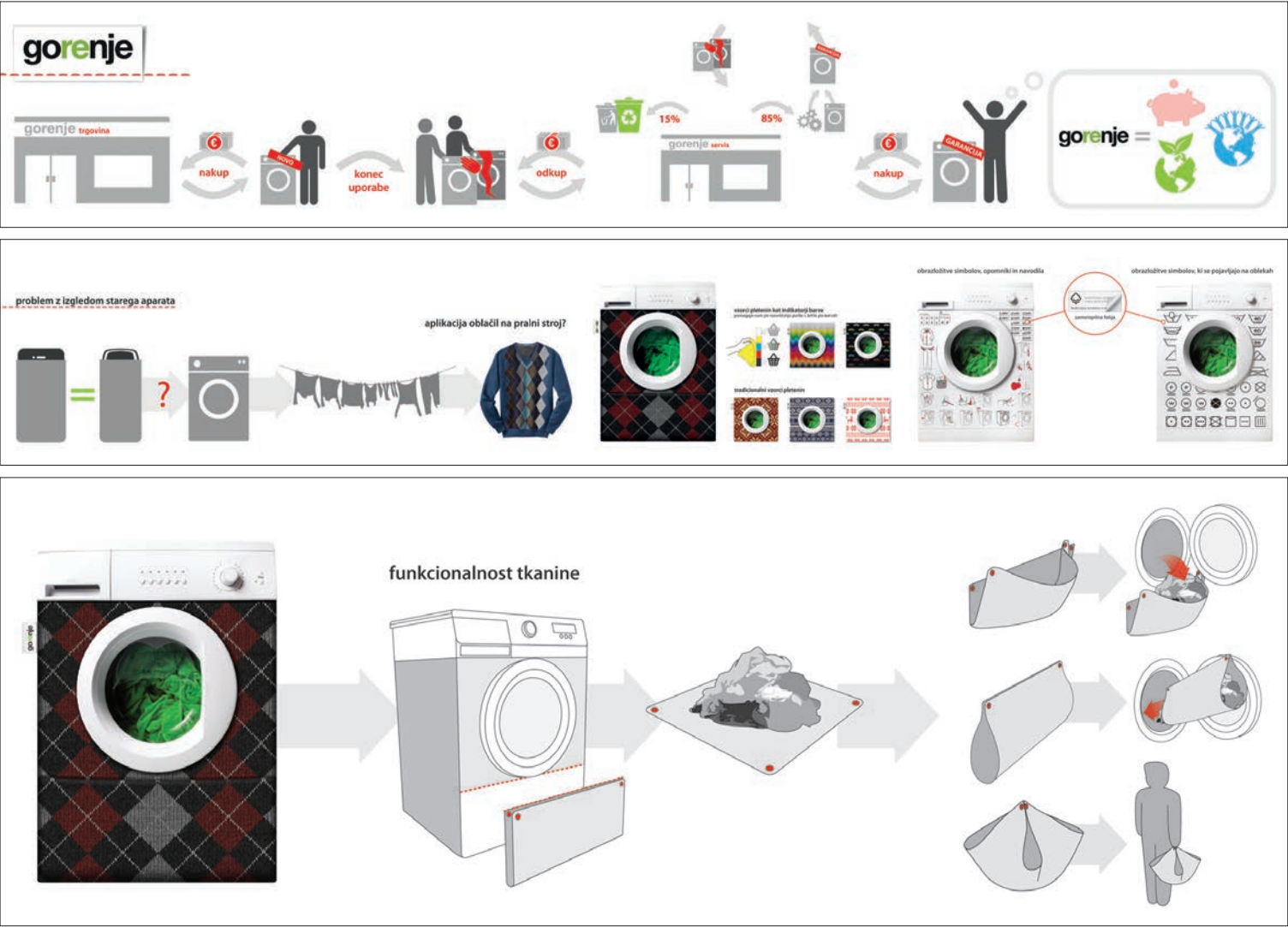
Oscar Wilde betont in seinem Text *Art and the Handicraftsman* (1908) Folgendes: „Es steht außer Zweifel, dass es von außerordentlichem Vorteil ist, mit einem Bewohner der südlichen Hemisphäre per Telefon zu kommunizieren, doch der Vorteil basiert zur Gänze darauf, was sich die Gesprächspartner zu sagen haben. Wenn einer nur kreischend durchs Rohr schimpft und der andere Dummheiten in die Leitung flüstert, darf man nicht annehmen, dass irgendjemand irgendeinen Nutzen von dieser Erfindung hat.“

Matevž Šmuc
Konzept: *Fast breakfast*
Mentor: Prof. Vladimir Pezdirc

Was meint Wilde? Die Antwort ist simpel: Wenn wir ein Produkt (neu oder alt) falsch verwenden oder nicht wissen, weshalb wir es verwenden, ist jede noch so außergewöhnliche Neuerung, jede noch so exzellente Innovation, die uns das potenzielle Produkt bietet, völlig nutzlos. Alles steht und fällt mit unserer Anwendung. Mit unserem Anwendungsverständnis. In diesem Kontext entstand bei Gorenje bereits 2009 die Linie „Simplicity“, oder laut Unternehmen eine Linie, die sich auf vorsätzliche Einfachheit konzentriert. Eine Simplicität, basierend auf unkomplizierter Anwendung bei unverminderter High-Tech-Perfektion und allen Funktionen, die zu einem modernen, gut designten Haushaltsgerät gehören. Anders gesagt: Das Gerät bleibt im Wesentlichen äußerst komplex, doch die intelligent

gestaltete Benutzerschnittstelle und das ausgefeilte Gerät ermöglichen dem Anwender eine klare, man könnte fast sagen intuitive, simple Handhabe.

All das war auch die Basis für eine Ausschreibung für Studenten, die Gorenje im Herbst 2012 startete. Industriedesignstudenten der Akademie für bildende Kunst und Design (UL) wurden zum Ideenbrainstorming auf dem Gebiet „Haushaltsgeräte, Dienstleistungen oder Lösungen für Zuhause, die einfache und innovative Verbrauchererfahrungen bei der Zubereitung und Lagerung von Lebensmitteln sowie Geschirr- und Wäschereinigung kombinieren“ eingeladen. Aus den Beiträgen stechen in Idee und Ansatz zwei hervor: Matevž Šmuc mit dem



Žan Brezec
Konzept: *GoREnje*
Mentor: Prof. Jure Miklavc

Projekt *Fast breakfast* und Žan Brezec mit seinem Dienstleistungsdesignprojekt *GoREnje*.

Šmuc' Konzept *Fast breakfast* basiert auf der Tatsache, dass obwohl uns die Medien permanent erklären, das Frühstück sei die wichtigste Mahlzeit des Tages (garantiert es doch ein gesundes und vitales Leben), die Zahl derjenigen, die es auslassen, von Jahr zu Jahr steigt. Das Konzept setzt den Ausreden, man hätte keine Zeit für die Zubereitung und dass vorab zubereitetes Essen nicht gesund sein kann, ein Ende. Šmuc' Idee fußt auf einer vierteiligen, mit warmen und/oder kalten Lebensmitteln gefüllten Kapsel und auf drei unterstützenden Geräten: einem Heizapparat, einem Kühl-/Wärmeschrank sowie einem Apparat für den öffentlichen Gebrauch. In seiner Idee geht er so weit, auch den größten Nachzüglern die Möglichkeit zu bieten, das Essen in der Kapsel im Auto am Weg zur Arbeit zu erwärmen und warmen Kaffee zusammen mit Toast und frischem Aufstrich in der (wenn es wirklich nicht anders geht) Arbeit während dem Abrufen der E-Mails zu konsumieren.

Žan Brezec unterscheidet sich von den anderen Anmeldungen, die auf der Entwicklung neuer Erzeugnisse basierten, durch eine Lösung in Form von Dienstleistungsdesign. Sein Ausgangspunkt ist die Tatsache, dass sich die finanzielle Lage der Jugend unaufhörlich verschlechtert und somit die Nachfrage nach gebrauchten Möbel steigt. Davon ausgehend stellt er die Frage: Wie kann Gorenje in diese Situation eingreifen und in der Endphase auch davon profitieren? Das Resultat ist ein Dienstleistungsvorschlag, der Verbrauchern die

Möglichkeit gibt, gebrauchte – jedoch servicegeprüfte und gegebenenfalls reparierte und sogar teilweise umgestaltete – Gorenje-Geräte zu erstehen. Er entwickelte die Idee am Beispiel der Waschmaschine, basierend auf den Ausgangspunkten nachhaltiger Entwicklung: Anreiz zur Wiederverwendung und somit Verlängerung der Lebensdauer des gebrauchten Geräts sowie gesellschaftliche Verantwortung: der Jugend dabei zu helfen, auf eigenen Füßen zu stehen.

Beide Konzepte sehen den gegebenen, relativ eng gefassten Ausgangspunkt breiter, ordnen ihn in den Kontext des Alltags ein und bieten eine Geschichte aus dem Blickpunkt des Benutzers. Oder einfach gesagt: Sie reagieren als Industriedesigner, die sowohl den Charakter des Produkts als auch die Antworten auf die Fragen wie und warum wir etwas verwenden könnten vor Augen haben.

Dr. Barbara Predan ist Gastprofessorin an der Abteilung für Produkt- und Unikatdesign an der Akademie der Bildende Künste in Ljubljana.



Barbara Predan

Die Zukunft liegt im Holz

Googelt man die Begriffe Slowenien, Wald und Holz, erhält man die bekannte Information, dass Slowenien (gleich nach Finnland und Schweden) ein Land der Wälder ist, bedecken diese doch fast 60 Prozent der slowenischen Oberfläche. Der Jahresplan – laut Ivo Trošt, dem Direktor des Forstamtes Slowenien – erlaubt eine Fällung von etwa 6,5 Mio. Kubikmetern Holz. Davon wird der Großteil exportiert, die heimische Holzverarbeitungsindustrie aber geht trotz erfolgreicher Geschichte zugrunde.

Links:
Neža Uran, Arbeitstisch X
Produktion: Tischlerei Strahovnik, Domen Strahovnik

Matej Colja, Polstermöbel *Wetland*
Produktion: Polsterei Luka Debevec

Žiga Culiberg, Clutisch *Sezamy*
Produktion: Špac GmbH

Blaž Habjanič, Lampe *Spirea*
Produktion: Tischlerei Amek, Andrija Đalić

Klemen Smrtnik und Dejan Kos, Bett *Afternoon dilajt*
Produktion: Tischlerei Amek, Andrija Đalić und Maremico GmbH

Dieses Problem war die Basis für das Projekt *Wir verbinden Design und Industrie*. Die Regionale Entwicklungsagentur der urbanen Region Ljubljana (RRALUR) arbeitete eine gut durchdachte Geschäftskette aus, in die sie das Institut für Wirtschaftsforschung, die Akademie für bildende Kunst und Design, Abteilung Industriedesign, sowie kleine und mittlere Möbelhäuser einband. Das Institut analysierte den marktwirtschaftlichen Aspekt, die potenziellen Verkaufsergebnisse, Marktkennntnis und die Verbrauchieranforderungen dieser Unternehmen. All das schuf die Grundlage für Ausgangspunkte und Ausrichtungen bei der Suche und Planung neuer Produkte. In dieser Geschäftskette schufen siebzehn junge Industriedesigndiplomanden und -studierende unter der Betreuung von Prof. Vladimir Pezdirc gemeinsam mit fünf Möbelhäusern ein Studienjahr lang neue Holzprodukte.

Die Macht des Projekts äußerte sich aber nicht nur in der engen Zusammenarbeit von Designern und Industrie, deren Resultat tatsächliche Prototypen mit dem Ziel der regelmäßigen Produktion waren, sondern auch darin, dass es ein Beispiel guter Praxis in Richtung eines neuen Aktionsplans für Slowenien darstellt. Es handelt sich um den im Juni 2012 auf Staatsebene verabschiedeten Aktionsplan für den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit der Forstkette in Slowenien bis zum Jahr 2020 unter dem Titel *Holz ist schön*. Er wurde im Ministerium für Wirtschaftsentwicklung und Technologie sowie im Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt erarbeitet. Darin steht unter anderem, dass „die Beispiele der guten Praxis zeigen, dass in einer entsprechend geregelten Kette der Wert eines Kubikmeters Holz vom Wald bis zum verkauften Endprodukt oder Gebäude am Markt um das hundertfache oder sogar mehr steigt, wenn das Holz für High-Tech-Produkte verwendet wird.“

Es scheint, als bilde sich vor unseren Augen erneut (und endlich) ein ähnlicher Zustand im Slowenien der 1950er Jahre, der einen großen Namen des Möbeldesigns hervorbrachte – den Pionier Niko Kralj. Die ausgezeichneten Studienpraktikumsbeispiele, basierend auf einer genauen und durchdachten Marktanalyse, schaffen in Theorie und Praxis einen Fall, der darauf hoffen lässt, dass Slowenien seine Holzexportzahlen auch in Zukunft niedrig halten wird. Mit einem bedeutenden Unterschied: Der Exportanteil an unverarbeitetem Holz wird durch hochwertiges Design von Holzendprodukten abgelöst.

Auf meinem großartigen Niko Kralj-Sessel sitzend, staune ich immer wieder darüber, wie sehr es dem kleinen Land Slowenien vor allem mit seiner Kreativ-Produktion gelingt, für internationale Aufmerksamkeit zu sorgen.
Dietmar Steiner, Direktor Architekturzentrum Wien

Jaka Verbič,
Kinderspielgerät
Poganjalček
Produktion: Špac GmbH

Ernest Vider, Esstisch Yon
Produktion: Tischlerei
Strahovnik, Domen
Strahovnik



Die neue Entdeckung des slowenischen Designs, welches bisher im europäischen Kontext nur relativ bekannt war, ist legitim und pragmatisch brauchbar für eine bessere Umwelt. Designer der Nachkriegszeit, wie Niko Kralj und Saša Mächtig, haben eine Schule aufgebaut, welche eine kompakte und virulente junge Generation hervorgebracht hat. Sie kann sich mit jeglichen Spitzenprodukten auf europäischer Ebene messen.

Boris Podrecca, Architekt

