



2005/11 Dossier

<https://shop.jungle.world/artikel/2005/11/schneller>

»Schneller!«

Von **Holm Friebe**

Der Designer Bruce Mau im Gespräch

In seinem eigenen Designstudio in Toronto testet Bruce Mau, wie interdisziplinäre Arbeitsprozesse aussehen können. Seit 1985 erarbeiten hier Designer mit unterschiedlichen Ausbildungen Markenstrategien, Ausstellungskonzepte und Buchprojekte für handverlesene Kunden, darunter zahlreiche Kultureinrichtungen und Museen. Zu den spektakulärsten Arbeiten des Studios von Bruce Mau zählt das 1300seitige Kompendium »S, M, L, XL« von 1995, das Werk und Weltansicht von Rem Koolhaas und seinem Studio dokumentierte, sowie »Lifestyle« von 1995, ein ebenso umfangreicher Band über westliche Konsumkultur und den eigenen Beitrag dazu.

Die Ausstellung »Massive Change« ist derzeit in der Ontario Art Gallery in Toronto zu sehen und geht danach auf Welttournee. Das Buch (erschienen bei Phaidon 2004, 29,95 Euro) umfasst 240 Seiten mit über 1 000 Abbildungen und 30 Experteninterviews. Die Website **www.massivechange.com** dokumentiert das gesamte Projekt und seinen Fortgang.

Wie viel Zeit haben wir?

15 Minuten.

Das wird eng. Ich hab' ungefähr 20 Fragen auf meinem Zettel.

Okay, für jede Frage eine Minute. Los geht's!

Können Sie in zwei Sätzen beschreiben, was das Besondere an Ihrem Ansatz und an Ihrem Studio ist?

Das Ungewöhnlichste ist sicherlich, dass wir am Anfang unserer Arbeit nie wissen, was das Resultat sein wird und in welchem Format es stattfindet. Anders gesagt: Wenn wir ein Projekt aufgreifen, haben unsere Kunden und wir oft selbst noch keine genaue Vorstellung davon, welche handfesten Ergebnisse am Ende stehen sollen. Das kann ein physisches Objekt werden oder ein besonderer Modus, Ideen zu zirkulieren. Es herrscht eine Arbeitsweise des offenen Erkundens von Möglichkeiten, das Ganze ist ziemlich breit angelegt.

»Vermeide Felder, spring' über Zäune!« lautet einer Ihrer Grundsätze. Wie lässt sich so etwas institutionell verankern?

Es beginnt zuallererst mit den Leuten, die das Studio bilden. Sie sind von ihrem Hintergrund und ihrer Fachkenntnis her extrem breit gestreut und kommen aus allen Teilen der Welt. Was sie verbindet, ist eine generelle Qualität, die ich die Disziplinen übergreifende Perspektive nenne: das Nachdenken über Probleme außerhalb bestimmter abgegrenzter Kategorien.

Sie bezeichnen Ihr Studio gern als »eigenes Designprojekt«. Wie weit ist es gediehen?

Ziemlich weit, denke ich. Wir sind mittlerweile in einem sehr spannenden Stadium angelangt und lernen ständig dazu. Eine der Herausforderungen besteht darin, dass es keine bereits existierenden Vorbilder für uns gibt. Wir tasten uns auf dem Weg des try and error voran – und dadurch, dass wir bestimmte Praktiken und Ideen aus anderen Feldern ausborgen. Wir schauen nach in der Welt der Werbung, in der Welt der Architektur, in der des Kinos, ob wir bestimmte Dinge von dort gebrauchen können. Das verändert sich ständig und wird evolutionär angepasst. Das Gute daran ist: Zum jetzigen Zeitpunkt ist das Studio nicht mehr auf mich als Person angewiesen, um funktionieren zu können.

Und nicht mehr auf bestimmte Kunden. Sie können sich mittlerweile aussuchen, mit wem Sie zusammenarbeiten und was Sie tun. Sehen Sie darin einen Modellcharakter für andere Unternehmen oder für die Wirtschaft allgemein?

Wenn das Modell »soft generierte Projekte« heißt, dann arbeitet gewissermaßen ein Großteil der Unternehmen bereits danach. Sie verfolgen ihre eigenen Konzepte selbständig weiter. Sie kollaborieren mit anderen, um Dinge möglich zu machen. In dieser Hinsicht ist es eine sehr gebräuchliche Methode, die nur in unserem Feld nicht gebräuchlich ist, weil dort immer noch ein Dienstleistungsmodell vorherrscht. Daneben gibt es andere kreative Branchen, die ebenfalls vom Design getrieben sind, Buchverlage etwa. Sie generieren ihre Projekte selbst, finanzieren sie und setzen sie in die Tat um.

Obwohl Sie vor allem für Ihre Buchkonzepte und -layouts berühmt sind, war irgendwo zu lesen, dass kein einziger ausgebildeter Grafiker bei Ihnen arbeitet. Stimmt das?

Es stimmt nicht buchstäblich. Wie ich bereits erwähnte, arbeitet ein großes Spektrum an Leuten bei uns. Darunter auch ein paar – mich eingeschlossen –, die tatsächlich einen Grafikhintergrund haben. Aber auch für die gilt: Ihre Qualität zeigt sich darin, dass sie nicht durch diese Expertise limitiert sind. Das ist etwas, wogegen wir die ganze Zeit ankämpfen. Menschen entwickeln ein obsessives Verhältnis zum Grafikdesign, zum Design von Gegenständen, und verlieren darüber den Blick für das Inhaltliche, die politischen und sozialen Implikationen ihres Handelns.

Gutes Stichwort. Ihr vorletztes Buch »Lifestyle« befasste sich mit den endlosen Spielarten oberflächlicher Individualität und westlicher Konsumkultur. Ihr aktuelles Buchprojekt und die zugehörige Ausstellung »Massive Change« handeln von ernsthafteren Fragen, die die gesamte Menschheit betreffen. Wendet sich das Design insgesamt den ernsthaften und substanziellen Themen zu, oder tun das nur Bruce Mau und sein Studio?

Gute Frage. Eine der fundamentalen Lektionen im Verlauf des Projektes war, dass unser Vermögen, den Lauf der Welt zu beeinflussen, absolut atemraubende Ausmaße angenommen hat. Anders gesagt: Indem sich die Reichweite von Design evolutionär immer weiter ausdehnt – und damit sein Potenzial, die Welt zu beeinflussen –, wird es als Thema immer ernster und substanzieller. Unter anderem für die Wirtschaft. Einen interessanten Beleg dafür fanden wir

direkt in Toronto. Die örtliche Wirtschaftshochschule Rotman School ist gerade dabei, den Namen ihres Studienganges zu ändern. Statt MBA, Master of Business Administration, soll der Abschluss in Zukunft MBD, Master of Business Design, heißen, weil der Rektor Roger Martin erkannt hat, dass Business heutzutage gleichbedeutend mit Design ist. Es geht darum, Formen der Entwicklung und des Fortschritts zu designen.

Landläufig verstehen wir unter Design die ästhetische Gestaltung von Oberflächen, Gegenständen und Produkten. »Massive Change« handelt dagegen, wie Sie schreiben, »nicht von der Welt des Design, sondern vom Design der Welt«. Gibt es da überhaupt Überschneidungen?

Die Designwelt wird gern als etwas Abgeschottetes wahrgenommen. Beim Wort »Design« assoziieren die meisten Menschen Dinge, die erstens visueller Natur sind und bei denen es sich zweitens und vor allem um isolierte Objekte handelt. Sämtliche unserer Untersuchungen führten uns in die genau entgegengesetzte Richtung - zur Erkenntnis nämlich, dass sich alles um kontinuierliche Ströme und System-Umwelt-Beziehungen dreht, um die unsichtbaren Anteile von Design, um die Infrastruktur der Welt, die designt und geformt wird und die ihrerseits die Art und Weise beeinflusst, wie wir die Realität wahrnehmen, sprich: unsere Vorstellungen vom Leben.

Übernehmen Naturwissenschaftler jetzt das Arbeits- und Aufgabenfeld der Designer?

Nein, das glaube ich nicht. Das Interessante am Design als globalem Projekt ist, dass sich dabei alles um eine langfristig angelegte Engführung der schönen Künste und der Naturwissenschaften dreht. Die beiden Felder wurden zumindest das vergangene Jahrhundert über strikt getrennt voneinander behandelt. In gewisser Hinsicht ist die Arbeitsweise des Design, die alltägliche Praxis von Designern, der einzige Bereich in der Wirtschaft, in dem diese beiden Felder wieder zusammengeführt werden und in Austauschbeziehung zueinander treten.

Eine historische Parallele wäre die Renaissance, wo ebenfalls die Künste und die Naturwissenschaften eine enge Allianz eingingen und daraus radikal neue Techniken in beiden Feldern entstanden.

Richtig. Und Vergleichbares geschieht gerade wieder. Wir werden Zeuge einer Inflation neuer, nie dagewesener Möglichkeiten. Die Renaissance war eine außerordentliche Epoche, aber was heute stattfindet, ist absolut atemraubend. Eine Leitfrage des Buches lautet etwas zugespitzt: »Was wollen wir tun, jetzt, da wir alles tun können?«

Der Architekt und Philosoph Richard Buckminster Fuller ist eine zentrale Figur im Buch und wird als Prototyp des interdisziplinären Designers vorgestellt. Was können wir heute von ihm lernen?

Eine Menge. Er war eine herausragende Gestalt. Das Bestechende an Leuten wie ihm ist, dass sie als Designer strikt dem Handeln verpflichtet sind. Deshalb können sie sich auch nicht den Luxus des Zynismus gönnen. Sie sind keine Kritiker, sie sind tatsächlich Spieler und Akteure. Daraus schöpfen sie die Ernsthaftigkeit und Zielstrebigkeit, das Neue in die Welt zu stemmen. Das ist das Beste, was wir von ihm lernen können.

Auf Buckminster Fuller geht auch die Metapher vom »Raumschiff Erde« zurück, die ihn zu einem frühen Vordenker der Ökologiebewegungen werden ließ. Inwieweit hat Sie das beeinflusst?

Das wohl konsistenteste Motiv, dem wir auf allen Feldern begegnet sind, ist das der Nachhaltigkeit – was im Kern nichts anderes bedeutet, als Designprobleme auf der nächsthöheren Komplexitätsebene zu lösen. In dieser Denkrichtung war Buckminster Fuller ein Pionier. Tatsächlich hat er damals schon ein Projekt namens »The World Game« realisiert, das allerdings noch einen ganz anderen Ansatz als »Massive Change« verfolgte, über massive Veränderungen nachzudenken.

Wir müssen ihm zugestehen, dass es in den Fünfzigern, noch vor dem Kalten Krieg und dem absehbaren Zusammenbruch der sozialistischen Planwirtschaften, stattfand. Es hatte einen starken Fokus auf zentralisierter globaler Entscheidungsfindung. Seine Idee bestand darin zu fragen: »Wenn wir alles global steuern und kontrollieren könnten, wie könnten wir es hinbekommen?« Wir beziehen heute quasi den entgegengesetzten Standpunkt, der lautet: »Wir kontrollieren bereits alles, und wir bekommen es hin.« Wir spielen das »World Game« im Maßstab eins-zu-eins.

Ziemlich optimistisch. Wie ja auch die Aussage, »Massive Change« sei ein Projekt, das »das Potenzial des hoch entwickelten Kapitalismus, des avancierten Sozialismus und der fortgeschrittenen Globalisierung gemeinsam ausschöpft.« Glauben Sie wirklich, dass die ideologischen Differenzen der Vergangenheit durch den technologischen Fortschritt einfach so beigelegt werden?

Ganz offensichtlich werden sie das nicht. Was wir aber beobachten, ist, dass Menschen darum herum navigieren. Es gibt Menschen, die in sozialen Projekten arbeiten und den hoch entwickelten Kapitalismus als Modell benutzen, um wirksam soziale Verbesserungen herbeizuführen. Sie nutzen das Potenzial der Globalisierung, um die Menschheit voranzubringen. Und es gibt Menschen, die versuchen, den Welt-Rückwärtsgang einzulegen. Sie folgen dem Phantasma, wir könnten aus dem Prozess aussteigen, den wir nun einmal in Gang gesetzt haben, und zu einem vorherigen Idealzustand zurückkehren, den es in Wahrheit nie gegeben hat. Der eigentliche Ausweg besteht darin, die Probleme auf der nächsthöheren Ebene zu lösen. Das heißt, noch kollektiver und noch globaler zu werden und damit noch mehr Wirtschaftstätigkeit in Gang zu bringen, die noch nachhaltiger ist.

Das erinnert ein bisschen an die Idee des Bauhauses, wo sich ebenfalls Designer zusammenschlossen, um sich an die Spitze einer Fortschrittsbewegung zu setzen, die die Gesellschaft von einer progressiven Warte aus verändern sollte.

Wir imaginieren uns nicht als Avantgarde, die einen Führungsanspruch verfolgt. Vielmehr wollen wir Partner, Mitgestalter und Teil dieser Bewegung sein. Eine unserer Lernerfahrungen war, dass diese Bewegung tatsächlich existiert. Sie findet da draußen statt.

Wir malen nur das Panoramabild von dem, was ohnehin passiert. Zu den größten Beharrungskräften zählt die Idealisierung von Führungsstärke als singuläres Ereignis: Als gäbe es eine einzelne Person, die alle Probleme löst, einen einheitlichen Stil, der uns raushaut. Das Bauhaus war noch sehr dieser Idee einer einheitlichen Ästhetik verhaftet, der allein seligmachenden Art und Weise, die Dinge anzugehen. Was wir dagegen in Stellung bringen, ist ein vielschichtiges, weit gestreutes Set sich herausbildender Möglichkeiten, die kollektiv sehr viel wirkmächtiger sind.

Ist das gleichzeitig das, was Sie unter »Design-Ökonomien« verstehen, netzwerkartige Umgestaltungsprozesse, die punktuelle Einzellösungen ablösen?

Exakt. In jedem Gebiet haben wir uns auf den Standpunkt des Empfängers konzentriert. Aus diesem Blickwinkel haben wir gefragt: »Wie verändert sich meine Welt? Welche Bestandteile meiner Welt durchlaufen massive Veränderungen?« Diese Austauschregionen haben wir als Design-Ökonomien bezeichnet. Auf jedem Feld konnten wir diagnostizieren, dass tatsächlich so etwas wie ausgebreitete Netze von Möglichkeiten existieren, die, wenn sie zusammengezogen werden, das Gewohnte komplett umkrempeln. Nachhaltige Mobilität wäre ein Beispiel: Wenn man die Designer und Hersteller von Automobilen auf der ganzen Welt befragt, stellt man fest, dass alle sich darüber einig sind, wo die Reise hingeht. Es gibt verschiedene Versionen, wie wir dort hingelangen, aber jeder weiß, dass wir uns in Richtung nachhaltiger Mobilität bewegen. Weil schlicht alles andere keine Option darstellt.

Ökonomie meint wörtlich den Austausch knapper Ressourcen. Reagiert dieses neue ökonomische Designbewusstsein auf die Tatsache, dass Basisressourcen wie Raum, Zeit, Luft und Wasser zu den neuen Luxusgütern werden?

Absolut. Diese Dinge werden immer wichtiger, und die Aufgabe besteht darin, sie in unsere Wirtschaftssysteme zu synthetisieren. Das Kyoto-Abkommen ist so ein Weg, die ökologischen Auswirkungen unseres Tuns in die Ökonomie einzuspeisen.

Der Titel »Massive Change« suggeriert, dass die aufgezeigten Veränderungen sprunghaft und revolutionär vonstatten gehen. Die tägliche Anschauung lehrt hingegen, dass die meisten Veränderungen schleichend und evolutionär verlaufen.

Das möchte ich gar nicht bestreiten. Wir haben kürzlich in Vancouver eine Konferenz zum Thema abgehalten, und die am häufigsten gestellten Fragen waren: »Wie schnell können wir das verwirklichen?«, »Wann können wir das Zeug bekommen?«, »Wie können wir das heute schon anwenden?«

Das meiste vollzieht sich langsam, teilweise langsamer, als wir es bräuchten. Einer der interessantesten Kommentare zum Feld der Gen- und Biotechnologie – was wir »life economies« genannt haben – war, dass es zu langsam Fortschritte macht. Wenn es sich schneller entwickelte, würden die Menschen klarer verstehen, was die Vorteile sind. Wir hätten eine interessantere Diskussion um vorzeigbare Resultate, nicht um projizierte Möglichkeiten und Verheißungen.

Vieles vollzieht sich schleichend, gleichzeitig gibt es Felder, die sich sprunghaft entwickeln und fundamental verschieben. Nehmen Sie nur das Internet. Täglich kommen zehn Millionen neue Websites hinzu. Das eröffnet radikal neue Spielräume, die noch vor zehn Jahren nicht ansatzweise erkennbar waren. Ich war gerade am Massachusetts Institute of Technology, als sie ihr gesamtes Kursmaterial online stellten, sodass die ganze Welt Zugriff darauf hatte. Vom pädagogischen Standpunkt war das gleichbedeutend mit einer kulturgeschichtlichen Revolution.

Manuel De Landa spricht in seinem Buch »A Thousand Years of Nonlinear History« von »Bifurkationslinien«, die sich dort finden, wo ein System wie die Gesellschaft spontan und dramatisch seinen Zustand ändert und sich danach anders verhält. Wo sehen Sie am ehesten diese nichtlinearen Brüche auf uns zukommen?

Mit Sicherheit auf dem Feld der Information. Dann natürlich im Bereich der »life economies«. Die Möglichkeit, das Leben selbst neu zu designen, ist atemraubend. Als wir mit Wissenschaftlern darüber sprachen und sie fragten: »Wie ist das einzuordnen?«, war ihre einhellige Antwort: »Man kann die Möglichkeiten zum jetzigen Zeitpunkt nicht überschätzen. Egal, was man sagt – es wird wilder sein als das.«

Bio- und Gentechnologie erscheinen ja quasi als die Verursacher des massiven Wandels. Wann werden sie unseren Alltag erreichen?

Sie haben ihn längst erreicht, aber wir haben die Tatsache gewissermaßen »naturalisiert«. Denken Sie nur an die Züchtung von Blumen oder Rassehunden, die wir seit Jahrhunderten betreiben. Das ganze bekommt jetzt eine Booster-Rakete umgeschnallt, sodass wir es tausendmal schneller und akkurater hinbekommen. In der Ausstellung haben wir ein Projekt der kanadischen Regierung zur Herstellung von Lachsen, die fünf- bis sechsmal größer als ihre natürlichen Artgenossen sind. Wenn man sich ausmalt, was das für die Eiweißversorgung der Welt bedeuten könnte, ist das ziemlich beeindruckend. Die erhitzten Debatten zu diesen Themen deuten schon darauf hin, wie massiv und bedeutend dieser Wandel ist.

Einige der visionären Ideen, die Sie im Buch versammelt haben, bleiben, obwohl erstrebenswert, möglicherweise auf dem Papier. Zum Beispiel ist die Firma »Cargolifter«, die den Luftfrachtverkehr mittels Zeppelinen revolutionieren wollte, kürzlich Pleite gegangen. Warum schaffen es viele gute Ideen nicht in die Realität?

Das ist Teil des Selektionsprozesses, den das ökologische System unserer Ökonomie vorsieht. Wir haben uns auch oft gefragt: Was passiert, wenn Dinge fehlschlagen? Tatsächlich war das ein Ausgangspunkt des Projektes, dass uns die Macht von Design oft erst dann bewusst wird, wenn Dinge katastrophal schief gehen. Wir stellten aber fest, dass das ein wichtiger Bestandteil des Gesamtprozesses ist.

Wenn man sich die große Landkarte anschaut, sieht man, dass diese Potenziale dennoch entstehen. Firmen kommen und gehen, aber die Potenziale bleiben und entwickeln sich weiter. Es kann Jahre um Jahre dauern, bis sie ihre ökologische Nische als Teil unseres ökonomischen Systems gefunden haben. Nichtsdestotrotz bilden sie sich aus. Wenn man sich die frühe Automobilindustrie anschaut, da gingen auch buchstäblich Tausende von Firmen bankrott, während sie weiter experimentierten und neue Methoden von Herstellung und Distribution ausprobierten.

Wenn man heute auf etwas wie den digital gesteuerten Segway-Roller schaut, ist es, als besähe man sich eines der ersten Automobile. Es kommt einem genauso merkwürdig vor. Und wir müssen begreifen, dass es sich nicht einfach um das Redesign eines Autos handelt, sondern dass es ein Gerät ist, das eine völlig neue Kategorie der Mobilität eröffnet. Unabhängig davon, ob es Erfolg haben wird oder nicht, ist das ein neues Potenzial, das der Welt hinzugefügt wurde und nicht wieder subtrahiert werden kann.

Immer noch spielt das Militär eine entscheidende Rolle dabei, neue Techniken zu erforschen und Innovationsprozesse zu katalysieren.

Einerseits ist das Militär durchaus auch eine Kraft, die Gutes schafft. In den meisten westlichen Ländern ist es hauptsächlich eine defensiv ausgerichtete Institution. Gegenwärtig gibt es

historisch betrachtet vergleichsweise wenig abenteuerlustige Militärregime. Andererseits gilt ganz offensichtlich immer noch, was der Militärgeschichtler Gwyn Dyer einmal gesagt hat: »Wenn du etwas kaputt machen und Leute umbringen willst, rufst du das Militär.«

Gleichzeitig ist das Militär eine wichtige Komponente unserer Wirtschaft, nicht nur der Design-Ökonomie. Es ist eine der wenigen Institutionen, die sich tatsächlich langfristige Gedanken macht. Das machte das Militär zu einer kritischen Größe für uns, weshalb wir es in unser Projekt aufgenommen haben. Wir wollten verstehen, wie es das Design beeinflusst und umgekehrt. Eine Vielzahl von Dingen, die wir heute als gottgegeben hinnehmen, stammen ursprünglich aus militärischen Anwendungen, nicht zuletzt das Internet.

Ein interessantes Resultat unserer Untersuchungen ist, dass sich das Verhältnis von eigener militärischer Forschungs- und Entwicklungsarbeit zur Adaption ziviler Anwendungen in den vergangenen 30 Jahren umgekehrt hat. Ursprünglich war es 90 zu zehn Prozent, wohingegen heute nur noch zehn Prozent der militärischen Innovationen aus eigener Entwicklung stammen, während 90 Prozent aus dem zivilen Bereich integriert werden.

Die Zivilisierung des Militärs, sozusagen.

Schön wär's.

Ein wenig habe ich im Buch ein Kapitel darüber vermisst, wie sich die Arbeitswelt wandelt – nicht nur, weil es ein wichtiger Bestandteil des Lebens ist, sondern auch, weil das Bruce-Mau-Studio dazu einiges zu sagen hätte.

Das heben wir auf.

Könnte das Ihr nächstes Projekt werden?

Gut möglich. Was mich wirklich erstaunt, ist, dass Sie tatsächlich vorschlagen, wir hätten das Projekt noch größer machen sollen. An einem bestimmten Punkt mussten wir einfach sagen: »Das ist es jetzt«, und bisher hat sich noch niemand beschwert.

Interview: Holm Friebe