

DESIGNASPEKTE VON ANDREAS KOOP



Andreas Koop

ist Kommunikationsdesigner und führt ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Er vereint in seiner Person Praxis, Forschung und Lehre. Seine Publikationen und Designforschungsprojekte bewegen sich im Spannungsfeld von Gesellschaft und Politik, Nachhaltigkeit und Werten, Vergangenheit und Zukunft.

www.designgruppe-koop.de

Fiese Vire

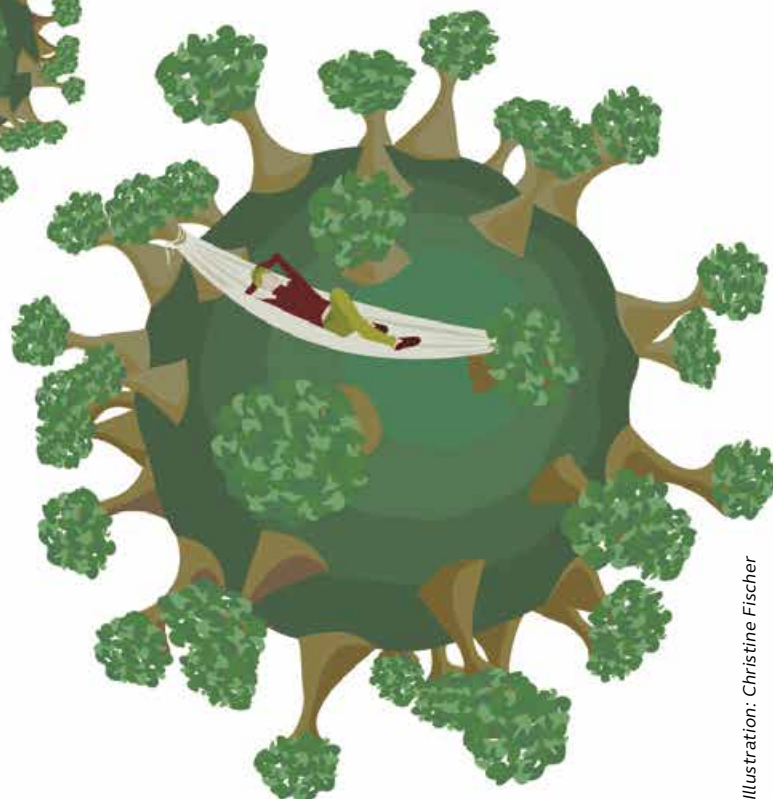
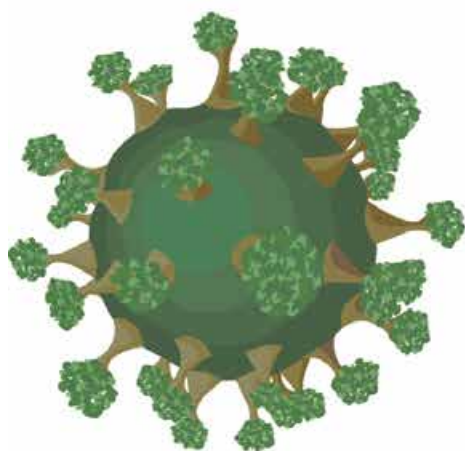


Illustration: Christine Fischer

Der Mensch hat ja seit geraumer Zeit keinen natürlichen Feind mehr – nur die anderen Lebewesen auf der Welt. In Form des Menschen, und das gründlich. Dass er jetzt von etwas so Kleinem wie dem Corona-Virus bedroht wird, ist bemerkenswert und man fühlt sich an den Mephistopheles im »Faust« erinnert: Du kannst im Großen nichts vernichten und fängst es nun im kleinen an (und freilich ist nicht viel damit getan!).

So oder so, das Virus hält (mindestens beim Entstehen dieses Textes) die Welt in Atem. Das weniger ist als die Einzeller – im Grunde ja nur eine Art simpler »lebender« Algorithmus, auf sein Wachstum bedacht wie jene von Google, Amazon und anderen. Sie sind Träger eines Programms, das von einem »Wirt« lebt. Und der heißt Mensch (bei den Firmen alternativ Kunde). Wäre es nicht so gefährlich, wäre es wirklich faszinierend. Woher kommt die Dynamik, das Muster, die »hohe kriminelle Energie« von etwas, das lediglich Stoffwechsel und böse Absichten hat? Und warum gibt es keine »lieben Viren«, die Glückshormone aussenden? Damit kommen wir zum Punkt: Wie sieht denn so ein Sportsfreund überhaupt aus? Und da merkt man, in seiner Darstellung ist das Corona-Virus auch ein Kind seiner Zeit – denn Renderings haben die faden Bilder aus Elektronenmikroskopen sauber verdrängt. Ist auch klar: Da sieht man nur so amorph wabernde, rundliche, helle und unscharfe Flecken, bestenfalls mit ein paar kleineren Pünktchen an der Außenkontur. Ganz anders die aktuellen Darstellungen, wie sie in den Medien präsent sind. Da ist schon einmal die Farbe – sind Viren in Wirklichkeit bunt? Oder nur die Mikroskope schwarz-weiß, was man nicht recht glauben kann. Keine Ahnung. Und sie sehen richtig fies aus: In der *Süddeutschen* sind es beispielsweise vom Roten bis ins Violette gehende Kugeln mit seitlichen gelben Flächen. Dazu Tentakel oder Saugnäpfe in der Form lang gezogener Kühltürme von Atomkraftwerken. Die auch nochmals mit einer gelben Kontur. Das Beste aber: Sie bewegen sich ganz leicht, wackeln hin und her. »Keine Panik« sieht anders aus. Der Name Virus kommt ja aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie eine zähe, natürliche Feuchtigkeit, Saft oder Schleim – genauso sieht es unter dem Mikroskop auch aus, nur nicht in den Medien. Bei der *taz* sieht man nur die Hälfte des CGI-s-Virus, das fast wie ein Kunstwerk daher kommt. Ein dunkles Violett, darauf Fortsätze in hellem Blau, die aussehen wie zerknülltes Papier.

Ähnlich beim Inforadio des rbb, also deren Website. Da sieht es ähnlich aus wie bei der *taz*, nur im Ganzen sichtbar und grau – mit roten Modellbau-Bäumchen und dazwischen noch kleinen orangen Pünktchen. Man will gar nicht wissen, was die alles können und machen! Der Interpretationsspielraum ist bei praktisch nicht sichtbaren Dingen einfach größer. Künstlerische Freiheit für und mit dem Virus. Es wäre wirklich spannend, wie ein Otl Aicher oder ein Anton Stankowski diese Viren dargestellt hätte.

Warum eine der zentralen Folgen des Virus darin besteht, dass überall Kloppapier ausverkauft ist, bleibt vielleicht die spannendste und mysteriöseste Frage überhaupt. Toilettenpapier-Hamsterkäufe, Desinfektionsmittel und Seife, klar – nur die teureren Bio-Produkte sind noch verfügbar. Traut man denen weniger zu (soft zur Natur, zu soft zum Virus?) oder sind sie einfach nur zu teuer bei den zu erwartenden Mengen im Verbrauch? Fragen über Fragen. Und eben erstaunliche Phänomene: wie sich innerhalb kurzer Zeit in China die Luftqualität verbessert – man kann wieder frei atmen. Wie gesund, zumindest grundsätzlich. Oder dass die Lufthansa nach drei Wochen eingeschränktem Flugbetrieb schon nach staatlichen Hilfen schreit. Da betreibt ein Konzern über Jahrzehnte beinharte Shareholder-Value-Politik, pfeift auf Natur, Lärmbelastung, Rücksicht oder sonst was und ist nach ein paar Tagen (zumindest verlaubar) fast am Ende? Vielleicht ein Problem, wenn man alles fremdfinanziert und jeden Gewinn sofort an die Aktionäre ausschüttet, die davon wenig Steuern bezahlen, aber das ist wieder etwas anderes. Ja und jetzt, wo eine Krise kommt, soll der Staat einspringen. Eine interessante Interpretation von (ehemals) sozialer Marktwirtschaft.

Was dieses kleine Virus alles an den Tag bringt, bewegt und verändert, ist jedenfalls beeindruckend. Es setzt Lieferketten außer Kraft, Lehrpläne, soziales Leben. Auf einmal muss »weniger« gehen, was gemeinhin ja die größte Unmöglichkeit darstellt – viele Aspekte, die durchaus in das »normale« Leben einwirken könnten. Und: Resilienz wird ein Thema – so wie eben Menschen, Waren und Kapital in atemberaubender Geschwindigkeit, Häufigkeit und Menge frei um die Welt zirkulieren, so kann das halt auch dieserskleine Corona-Virus. Man muss eine gewisse Anfälligkeit unserer Lebens- und Wirtschaftsmodelle registrieren. Würde es übrigens als digitale Version in dieser »Virulenz« wüten, wären die Folgen vermutlich auch nicht geringer. Um aber das ja wahrlich mögliche Hinterfragen unserer Lebensstile und -systeme nochmals zu betonen, kann man einmal mehr den guten Mephistopheles zitieren: Ich bin ein Teil von jener Kraft, die stets das Böse will und stets das Gute schafft. Bleiben Sie gesund!