

DESIGNASPEKTE VON ANDREAS KOOP

Die Bauern- und Designer-Welt

Es gibt Wortzusätze, die ein Produkt auf beinahe wundersame Weise verwandeln. Die es der profanen Welt scheinbar entheben und in einen neuen Kontext stellen – beziehungsweise mit neuer Wertschöpfung versehen. Da wäre, nahe am Thema, das Präfix »Design«.

»Design« macht aus fast jedem allzu banalen, um ein Beispiel zu nennen, Kleide, ein – genau – Designerkleid. Was immer das heißt, teurer wird es sein. Vermutlich der Käuferin zur Last, der Designerin aber nicht zwingend zum Nutzen. Man kennt das, vom Kleid über die Jeans bis zu – ja, im Grunde allem. Designerschränke, Designhäuser und Designküchen, die allerdings keine Häuser und Küchen von Designern sein müssen, gleichermaßen Designsofas, Designbäder, Designtoilettenbürsten bis hin zu Designerhunden, Designerstoffen und, klar, sogar Designerdrogen. Prima. Alles, gerade an Interior und Kleidung, gibt es in der Design(er)-Version. Interessanterweise nicht jedoch Design(er)autos, da diese wohl, ob gelungen oder nicht, quasi per se »designt« sein müssen (es gibt also nur Autodesign und Autodesigner). Da und anderswo sind dann gleich die ganzen Firmen designaffin, designgetrieben oder designorientiert.

So wie man also annimmt, es sei, wenn »Design« vorne dransteht, besonders modern und durchgestaltet oder gar »ausgefallen« bis hin zu einer Weise, die es schlechter bedienbar macht, damit gnadenlos auf der Höhe der Zeit und zugleich perfekt ins Heute oder Morgen passend, ist das Gegenstück dazu der Zusatz »Bauern«. Da wird es dann bodenständig, konservativ, natürlich und authentisch, ein wenig gröber und rustikal (was auch wieder mit ehrlich und handgemacht assoziiert wird). Deshalb ist es kein Wunder, dass man dieses Präfix eher bei Lebensmitteln und vielleicht noch im Handwerk findet. Dabei muss man natürlich mit aller Kraft ignorieren, was Landwirtschaft heute heißt: meist eine spezifische Form der Industrie, die dummerweise aber nicht mit Maschinen arbeitet, sondern mit Lebewesen, aber das ist wieder ein anderes Thema. Witzigerweise werden mit dem Zusatz »Bauern« auch immer nur ganz bestimmte einzelne Aspekte in den Vordergrund gestellt – tauschen möchte ja keiner mit ihnen, vor allem nicht mit jenen vormodernen Zeiten, auf die romantisierend-verklärend angespielt wird.

Im Grunde kann man hier gleich das Thema Verpackungen aufgreifen: Mit Ausnahme vielleicht der Politik – die diese Rahmenbedingungen geschaffen hat – wird man kaum einen Bereich finden, wo schamloser gelogen wird als auf den Deckeln, Kartons und Etiketten von Lebensmitteln. Der romantische Bauernhof auf einer in Plastik eingeschweißten Salami ist auf die gleiche Weise absurd, wie einen (hässlichen) Badteppich zur Design-Badematte zu machen. Aber nach oben ist jeweils viel Luft in der Skala des Aberwitzigen: Der »Bauern-Topf« von Knorr Fix und mit gleichem



Andreas Koop

ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de

Namen auch bei Maggi. Nur noch »frisch dazu«: 300 Gramm Kartoffeln, 250 Gramm Hackfleisch und 1 rote Paprika – die hatten unsere Bauern hier ja schon immer auf dem Tisch (2015/16 »Gemüse des Jahres«).

Immerhin auf dem Bauertisch, der sich aber, vielleicht bis auf einige wenige Gegenden Oberbayerns und Tirols, kaum mehr gegen Hemnes & Co. behaupten kann. Auch der Bauernschrank ist wenig en vogue, sowohl der wirklich antike als auch der nachgebaute, neue. Die Preise für Antiquitäten fallen seit Jahren, wie auch die der Lebensmittel, was freilich wenig Zusammenhang, aber doch eine gewisse Signifikanz hat.

So sehr die Kosten für Ernährung zurückgehen, steigt auch die Menge an weggeworfenem Essen. Parallel dazu rüsten die Bauern auf, dass man mitunter nur mehr staunen kann über die Größe der Traktoren und die Dimensionen der Ställe. Wenn dann wie bei »ja!« ein dermaßen jämmerlich verpacktes Industrie-Scheibenbrot als »Bauernbrot« verkauft wird, so mag das in gewissem Sinn sogar ausnahmsweise (und immerhin ohne viel Aufwand) ehrlich sein, ist der Sache im Ganzen aber auch nicht zuträglich. Es fehlt der Respekt vor dem (realen, heutigen) Bauern genauso wie vor dem Brot als höchst symbolischem Lebensmittel. Das wird fatalerweise konsequent fortgeführt: Es fehlt auch der Respekt vor dem Land, dem Boden, den Tieren ...

Doch die Bauern und Designer, Bäuerinnen und Designerinnen sind nicht die einzigen, die es zum Präfix gebracht haben. Das hat es auch der Luxus, das Landhaus, Wellness und in großem Stil das »Öko«, »Bio« oder »Energiespar« – die wunderbare Welt des Marketings. Man mag das mit den Bauern übrigens besser nicht zu wörtlich nehmen, sonst ist der allzu schöne saftige »Bauernschinken« eine wenig appetitliche Sache!

