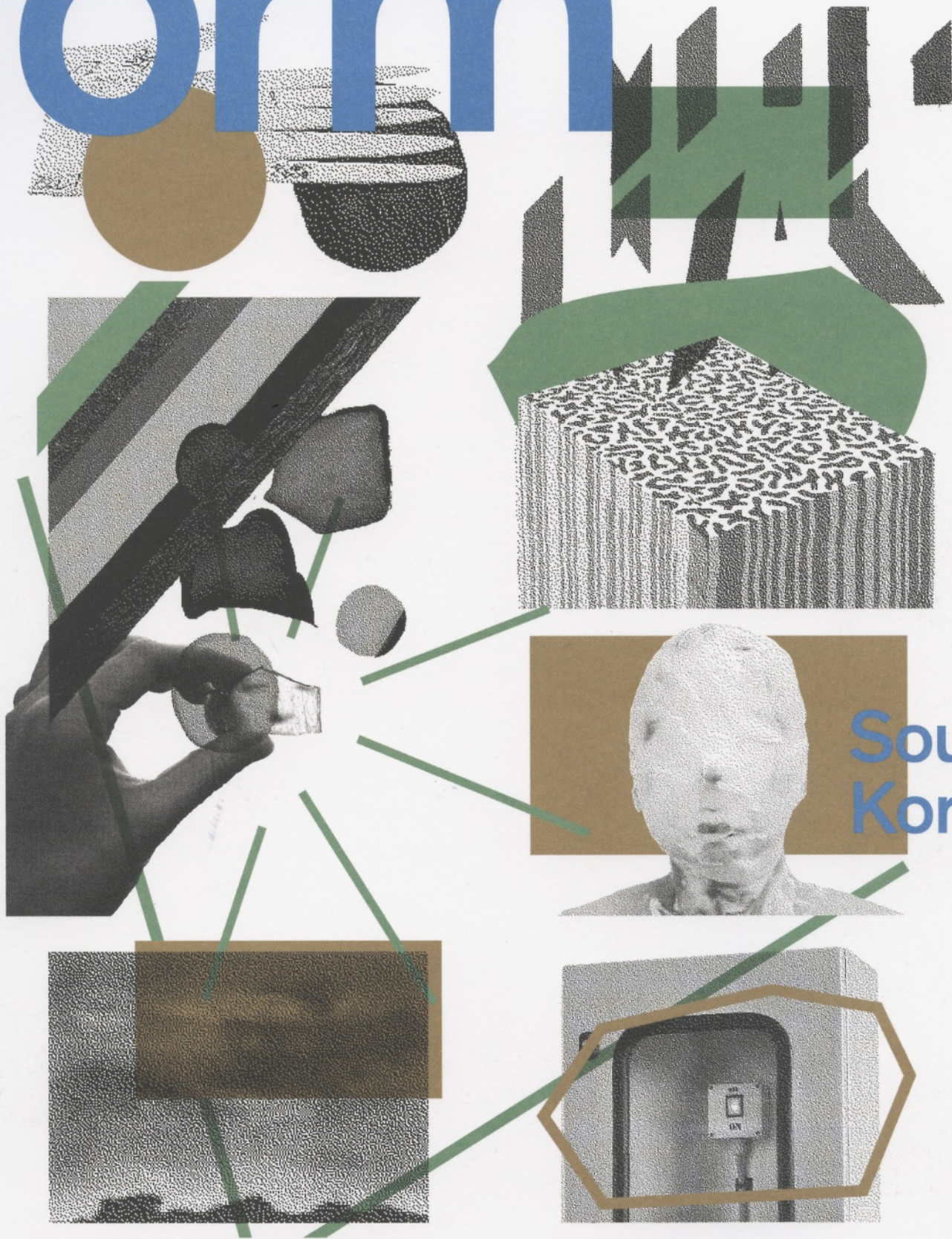


form



South
Korea

Design Magazine
N° 270, Mar/Apr 2017
Established 1957

DE €16.90 AT €17.90 CHF 25.00
BE €19.50 ES €22.90 FIN €25.50
LU €19.50 ITA €19.50 FRA €19.50

4194205016907 02



Robot
Companions

Peter
Schreyer

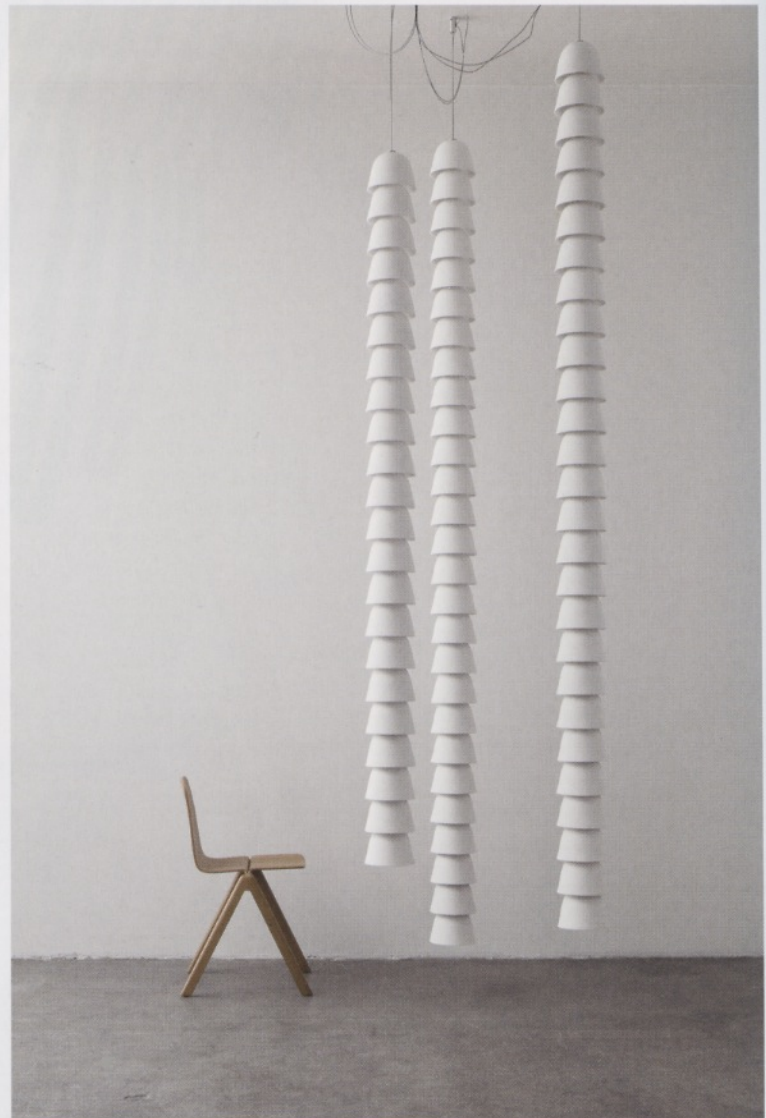
Smart
Materials

60 Years of form:
Revisiting the Past
2/6

Designgalerien

Text: Julia Sommerfeld

- Galerie Patrick Seguin, Design Miami, Basel, 2016
- ↘ Galerie Kreo, "Chaines" by Ronan and Erwan Bouroullec, 2016–2017, photo: Michel Giesbrecht
- ↓ Galerie Patrick Seguin, "Bob Nickas – Pièces-Meublés", 2016, Ausstellung, die Möbel und Architektur Jean Prouvés mit Werken von 23 zeitgenössischen Künstlern zusammenführt / exhibition which brings together furniture and architecture by Jean Prouvé and works by 23 contemporary artists



Beyond the Briefing

Die Frage wer, wo und wie Design ausstellt und verkauft, gibt stets Aufschluss über die Verfassung, das Selbstverständnis und den gesellschaftlichen Stellenwert der Disziplin. Innerhalb der vergangenen zehn Jahre wurde eine beträchtliche Zahl an Galerien gegründet, die sich dem zeitgenössischen Design verschrieben haben. Wichtige Basisarbeit für die Etablierung dieses Galerietypus leisteten beispielsweise in den 1980er-Jahren die Galerie Patrick Seguin in Paris mit ihrem ausschließlich auf tradierte Designklassiker ausgerichteten Galerieprogramm oder die ebenfalls seit den 1980er-Jahren tätige Galerie von Ulrich Fiedler in Berlin und die seit den späten 1990er-Jahren bestehende Galerie Kreo in London und Paris, die sich beide auf den Verkauf zeitgenössischer Designobjekte spezialisiert haben.

Hinsichtlich ihrer Präsentations- und Funktionsweise teilen Designgalerien viele Eigenschaften mit Kunstgalerien, wie sie sich im 20. Jahrhundert herausgebildet haben. Raumtypen, wie das zentral gelegene Ladenlokal, die private Wohnung oder einst industriell genutzte Räume, finden sich bei ihnen genauso wie die Idee des Nomadischen. So taucht beispielsweise Martin Rinderknechts Helmrinderknecht Contemporary Design Gallery gemäß des Pop-up-Prinzips mehrmals im Jahr für einen bestimmten Ausstellungszeitraum in Zürich auf. Gleiches gilt für ihre Raumästhetik, deren einzelne Elemente – Wände, Sockel, Podeste und Informationsdisplays – in der Regel vom Paradigma des White Cubes dominiert werden. Die unten aufgeführten Designgalerien vertreten um die 25 Gestalter, wobei sich unter ihnen neben Designern auch Architekten und Künstler befinden. Häufig entwickeln sie gemeinsam mit ihren Designern limitierte

Ausgewählte Galeriegründungen in den vergangenen zehn Jahren / Selected Galleries Established in the Past Ten Years

Gallery Libby Sellers, London (UK), 2007, libbysellers.com

Victor Hunt Designart Dealer, Brussels (BE), 2008, victor-hunt.com

Helmrinderknecht Contemporary Design Gallery, Berlin (DE) and Zurich (CH), 2009, helmrinderknecht.com

Carwan Gallery, Beirut (LB), 2010, carwanguallery.com

Valerie Traan, Antwerp (BE), 2010, valerietraan.be

Etage Projects, Copenhagen (DK), 2013, etageprojects.com

Gallery Karna Schuessler Functional Art, Berlin (DE), 2013, karenaschuessler.com

Camp Design Gallery, Milan (IT), 2015, campdesigngallery.com

Editionen; so entstand zum Beispiel Sebastian Marbachers Möbelfamilie Partial Eclipse im Zusammenhang mit der Ausstellung „Hello Today – Contemporary Swiss Design“ [Hallo Heute – Zeitgenössisches Schweizer Design] (vom 10. bis zum 20. November 2016) der Helmrinderknecht Contemporary Design Gallery in Kooperation mit Happen Projects. Die hier genannten Designgalerien veranstalten bis zu vier Ausstellungen im Jahr, hinzu kommen circa zwei Messeauftritte, beispielsweise auf der Design Miami, der Biennale Interieur in Kortrijk (→ form 267, S. 24) oder dem Salone del Mobile in Mailand. Neben Editionen stellt eine rege, kritische Vermittlungstätigkeit, die beispielsweise in Publikationen sowie Diskursiven, öffentlichen Veranstaltungsformaten zum Ausdruck kommt, ein augenfälliges Merkmal der Arbeit von Galerien für zeitgenössisches Design dar. So hinterfragte Maria Foerlevs Galerie Etage Projects mit dem Ausstellungsprojekt „The Plinth Project“ (vom 18. November 2016 bis zum 21. Januar 2017) mit der Thematisierung des Sockels museale Präsentationskonventionen.¹

Trotz aller struktureller Ähnlichkeiten und des Fokus ihrer Inszenierung auf die ästhetischen Qualitäten der präsentierten Objekte unterscheidet sich der Ausstellungsgegenstand von Designgalerien deutlich von dem der Kunstgalerien. Anders als die Kunst, die herkömmlichen Gebrauchsvorstellungen entzogen ist, birgt das Design stets die Idee des Gebrauchs.² So ist das zeitgenössische Design neben seiner Verankerung im Museums- und Ausstellungswesen immer noch hauptsächlich im Konsumgütermarkt beheimatet, in dem es einem anderen Wertschöpfungssystem als in der Galerie unterliegt. Diese zweifache „Heimat“ führt dazu, dass die Galerie für das Design einen anderen Stellenwert besitzt, als die Galerie im System des Kunstbetriebs. Während die Kunstgalerie für das Auskommen und die Reputation eines Künstlers eine ausgesprochen wichtige Rolle spielt, indem sie maßgeblich symbolische Werte in monetäre Werte übersetzt, ist die Designgalerie für den Designer mit ihren galeriespezifischen Wertschöpfungsmechanismen viel mehr ein zusätzlicher Ort der Präsentation, Distribution und Markenbildung. Trotz eines klaren Votums für eine Unterscheidung von Design und Kunst, entzieht sich das, was in Designgalerien vielfach ausgestellt wird, oftmals unserer allgemeinen Vorstellung von Gebrauch und Funktion. Grenzen zwischen Design, Kunst und Architektur sind bei einer Vielzahl der als Unikate, Kleinserien und Editionen aufgelegten Objekte schwer zu ziehen. Sie zeichnen sich vielmehr durch kritische,

- 1 The Plinth Project, etageprojects.com/the-plinth-project/ (zuletzt geprüft am 30. Dezember 2016).
- 2 Siehe Alexander Garcia Düttmann, *Tief oberflächlich*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (Hrsg.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, S. 180.

The issue of where, how, and by whom design is exhibited and sold tells us much about the discipline's condition, its self-image, and its status in society. In the past decade, we have seen a significant number of new galleries dedicated to contemporary design, a type of gallery whose development was spearheaded in the 1980s by the likes of Galerie Patrick Seguin, a Paris-based gallery dealing exclusively in established design classics, Berlin's Galerie Ulrich Fiedler, and, from the late 1990s by London and Paris's Galerie Kreo, the latter two specialising in selling contemporary design pieces.

With regard to how they work and the way they exhibit, design galleries have much in common with art galleries of the type that developed during the 20th century. Their forms thus include centrally located shop premises, private apartments, and converted industrial spaces, though there are also nomadic examples – Martin Rinderknecht's Helmrinderknecht Contemporary Design Gallery, for instance, is a pop-up gallery that opens in Zurich for a given period several times a year. The same goes for their internal aesthetic, with the individual elements – walls, plinths, pedestals, and information displays – generally dominated by the white cube paradigm. The below-mentioned galleries represent around 25 designers, though architects and artists also feature alongside them. Often they produce limited editions in conjunction with their designers; Sebastian Marbacher's Partial Eclipse furniture range was thus developed alongside the exhibition "Hello Today – Contemporary Swiss Design" (from 10 to 20 November 2016) organised by Helmrinderknecht Contemporary Design Gallery in collaboration with Happen Projects. These galleries present up to four exhibitions per year and attend around two trade shows, such as Design Miami, the Biennale Interieur in Kortrijk (→ form 267, p. 24) or the Milan Furniture Fair. Another aspect of contemporary design galleries' activities besides developing limited editions is their notable critical communications work, be it in form of a publication or via discursive public events such as "The Plinth Project" (from 18 November 2016 to 21 January 2017), an exhibition project in which Maria Foerlev's gallery Etage Projects questions the conventions of museum presentation.¹

For all their structural similarities and their shared presentational focus on the aesthetic qualities of the pieces, a design gallery's exhibits differ significantly from those of an art gallery. Whereas art is not subject to conventional notions of utility, the idea of use is

- 1 The Plinth Project, etageprojects.com/the-plinth-project/ (last checked on 30 December 2016).

experimentelle sowie spielerische Inhalte aus und sind die Arbeit von Gestaltern wie Formafantasma (↗ form 249, S. 18), Soft Baroque oder Mischer Traxler, deren Impetus vielfach durch ein prozess- und weniger produktorientiertes, zum Teil post-industrielles Design geprägt ist.

Es gibt zahlreiche Gründe, warum sich derartige zeitgenössische Designobjekte, die gerne unter „Collectibles“ oder auch „Design Art“ subsumiert werden, zu einem prestigeträchtigen Sammelgut mit einem eigenen Markt entwickelt haben. Heranzuziehen sind dabei inhaltliche Entwicklungen in der Kunst, intradisziplinäre Veränderungen im Design sowie Veränderungen der Strukturen des Kunstmarktes. Wichtige Momente stellen hierbei die Präsentation von Design auf der sechsten Documenta (1977) dar sowie die inhaltliche, formale und methodische Annäherung von Kunst und Design in den 1960er-, 70er- und 90er-Jahren.³ Eine Entwicklung, die sich aus der Perspektive des Designs beispielsweise an der postmodernen Gestaltung der 1990er-Jahre ablesen lässt: Designer wie Philippe Starck, Ron Arad und Marc Newson präsentierten sich als „Typ des genialen Entwurfskünstlers“; ihre Entwürfe spiegelten den postmodernen Hang „zur kultischen Inszenierung ästhetischer Artefakte“⁴ wider. Im Hinblick auf die Konstituierung eines Designmarktes als einen Teilmarkt des Kunstmarktes, spielt das Jahr 2005 eine bedeutende Rolle: Erstmals überstiegen die Gesamtumschläge von Sammlern der Gegenwartskunst diejenigen für Werke der klassischen Moderne und des Impressionismus.⁵ Zudem wurde die

Designmesse Design Miami (↗ form 252, S. 76) gegründet, ein Ableger der Kunstmesse Art Basel, die sich als internationaler Marktplatz für Designgalerien versteht, mit einem regen Interesse an zeitgenössischer Gestaltung.

„Die übliche Produktionsweise der Limited Editions langweilt mich ziemlich, wenn man einfach sagt, ich könnte zehn von diesem Konzept machen. Ich habe damit meine Schwierigkeiten, auch wenn ich mit Galerien zusammenarbeite und einen Teil meines Lebensunterhaltes damit verdiene, ziemlich exklusive Möbelstücke zu verkaufen.“⁶ Galerien für zeitgenössisches Design sind Orte, an denen, wie es in Martino Gampers kritischer Äußerung anklingt, Exklusivität mit Editionen erzeugt wird, deren limitierte Auflage inhaltlich nicht zwangsläufig begründbar ist. Sie lassen sich als eine erweiterte Zone des Konsums betrachten, als ein Ausdruck der Absorption von Design durch den Kunst-

- 3 Siehe Judith Welter, *Interieur als narratives Format: Beispiele aus der Sammlung des migros museum für gegenwartskunst Zürich*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (Hrsg.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, S. 250–260.
- 4 Ricarda Strobel, *Die neue Republik stykt sich – Architektur, Design und Mode*, in: Werner Faulstich (Hrsg.), *Die Kultur der 90er Jahre. Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*, Paderborn: Verlag Wilhelm Fink, 2010, S. 297.
- 5 Siehe Piroshka Dossi, *Hype! Kunst und Geld*, 2. Auflage, München: DTV, 2007, S. 9.
- 6 Martino Gamber im Gespräch, *Total Trattoria*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (Hrsg.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, S. 68.

inherent to design.² Contemporary design therefore exists not only in the world of a museum and exhibitions, but first and foremost in the consumer goods market, in which it is subject to a rather different value creation model from that seen in galleries. These parallel existences mean galleries in the design world have a different status to those operating within the art trade. While art galleries play a crucial role in the livelihood and reputation of artists, turning something that is primarily of symbolic value into something of monetary value; for designers, galleries, with their specific value creation mechanisms, instead represent an additional means of presentation, distribution, and brand-building. Despite this apparent delineation between design and art, the objects exhibited in design galleries often don't conform to established notions of utility and function, with many of them blurring the boundaries between design, art, and architecture. In fact, these one-offs, low-volume pieces, and limited editions are frequently critical, experimental, and playful in content and the focus of their creators – among them studios such as Formafantasma (↗ form 249, p. 18), Soft Baroque, and Mischer Traxler – is generally less on product form and more process-orientated and in some cases on post-industrial design.

There are numerous reasons why these contemporary design pieces, which often get grouped under “collectibles” or “design art”, have become prestigious collector's items with a market of their own, from trends in artistic content to intradisiplinary changes within design and structural changes on the art market. Key to this process were the presentation of design at the sixth Documenta (1977) and the convergence in terms of content, form, and methodology between art and design in the 1960s, 70s, and 90s³, a convergence that, from a design perspective, is particularly apparent in the postmodern designs of the 1990s, when designers such as Philippe Starck, Ron Arad, and Marc Newson presented themselves as “virtuoso artist-designers”, their designs reflecting the postmodern tendency towards “a cult-like celebration of aesthetic artefacts”⁴. The year 2005 played a particularly important role in the establishment of a market for design within the art market, being the first year in which auction

- 2 See Alexander Garcia Düttmann, *Tief oberflächlich*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (eds.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, p. 181.
- 3 See Judith Welter, *Interieur als narratives Format: Beispiele aus der Sammlung des migros museum für gegenwartskunst Zürich*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (eds.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, p. 250–260.
- 4 Ricarda Strobel, *Die neue Republik stykt sich – Architektur, Design und Mode*, in: Werner Faulstich (ed.), *Die Kultur der 90er Jahre. Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts*, Paderborn: Verlag Wilhelm Fink, 2010, p. 297.



Etage Projects, "The Plinth Project", 2016–2017, photo: Paul Skovbakke

markt. Sie beteiligen sich an der Konstruktion von Lebenswelten sowie deren Ausverkauf. Jedoch handelt es sich bei Designgalerien auch um einen neuen Ort, an dem es zur kritischen Einordnung zeitgenössischer Entwicklungen im Design und der Förderung von Ideen, jenseits strikter Briefings, kommen kann. „Arbeiten für Galerien sind nicht völlig losgelöst von denen für die Industrie. Tatsächlich erzeugen Experimente und kreative Freiheit Impulse und Ideen für Industrieprojekte [...]“⁷, äußerte sich Konstantin Grcic in einem Interview.

Unabhängig vom Credo ihrer Galeristen spiegelt das Phänomen Designgalerien eine Veränderung des Designs selbst und seines gesellschaftlichen Stellenwertes wider sowie einen daraus resultierenden Bedarf an weiteren Räumen, in denen Design stattfinden kann. Weit vernetzt und hoch reaktionsfähig können Galerien für zeitgenössisches Design die Form eines diskursiven Zwischenraums zwischen bestehenden Designinstitutionen, wie Design- und Kunstmuseen, Universitäten und Designfestivals sowie produzierenden Designfirmen einnehmen. Neben einer erweiterten Sichtbarkeit ist zudem auch die institutionell bedingte, kommerzielle Qualität ihrer teilöffentlichen Verkaufsräume für das präsentierte Design von Belang. „Diese geschäftsmässige Qualität baut dann auch leichter eine Beziehung zum Betrachter auf – die Leute können sich wenigstens vorstellen, etwas zu kaufen oder sie können es sich sogar leisten und nehmen es mit nach Hause [...]“⁸, merkt die Künstlerin Andrea Zittel über den Vorteil von Galerien mit ihrer Alltagsnähe gegenüber Museen an. Die Verkaufsausstellung der Galerie wird dem Designobjekt mit seinem immerfort bestehenden Gebrauchswert gerechter als museale Ausstellungssituationen, die in der Regel mit einer Entkontextualisierung, Entfunktionalisierung und Auratisierung der Objekte einhergeht. Relevante, gesellschaftsbezogene Entwürfe des zeitgenössischen Designs von Gegenwart und Zukunft können hingegen im Kontext der Galerie unmittelbarer realisiert werden.

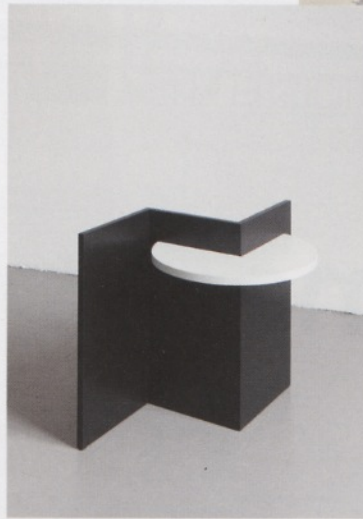
7 Konstantin Grcic im Interview, *Design Real*, unter oncurating.org, *Design Exhibited*, Ausgabe 17, 2013, S. 4, auch verfügbar unter on-curating.org/issue-17.html (zuletzt geprüft am 5. Januar 2017).

8 Andrea Zittel im Gespräch, *Einfach zu reinigende Oberflächen zeigen mehr Schmutz*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (Hrsg.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, S. 192.

• Julia Sommerfeld studierte Kulturwissenschaften auf Diplom und Designwissenschaften im Masterstudiengang und war als kuratorische Assistentin am MAK in Wien tätig. Sie ist Mitherausgeberin von *Neuwerk* – Magazin für Designwissenschaft (Form und Zweck, Berlin) und arbeitet derzeit an der Publikation „Atlas des Möbeldesigns“ des Vitra Design Museums mit.

→ Helmrinderknecht, "Hello Today – Contemporary Swiss Design", 2016, photo: Robert Rinderknecht

↓ Sebastian Marbacher, *Partial Eclipse*, 2016



spend on contemporary art exceeded that on classic modern art and impressionism.⁵ In addition, it was also the year in which the Art Basel fair established its Design Miami offshoot (↗ form 252, p. 76), a design fair that sees itself as an international marketplace for design galleries and an event with a keen interest in contemporary design.

“To me, the customary production of limited editions is rather boring if all you are doing is saying, I could do this concept in a run of ten. I have a bit of a problem with that, even if I do work with galleries and partly make a living by selling fairly exclusive pieces of furniture.”⁶ Galleries for contemporary design are places in which, as Martino Gamper’s criticism suggests, exclusivity is created via editions whose limited production run may not necessarily have any logical basis. They can thus be regarded as an extension of a commercial sector, an expression of the absorption of design into the art market. They participate in the creation of lifestyle worlds as well as in the commercial exploitation thereof. On the other hand, design galleries are also a new sphere in which contemporary developments in design can be critically assessed and new ideas supported without the constraints of narrow product briefs. “Design for galleries isn’t totally disconnected from our work for the industry [...]” asserted Konstantin Grcic in an interview. “In fact, experiments and creative freedom also generate stimuli and ideas in industrial projects [...]”⁷

Regardless of the individual gallerist’s credo, the design gallery phenomenon reflects a change in design itself and in its social status

as well as a concomitant need for new venues for design. With their extensive connections and ability to react rapidly, galleries can provide contemporary design with discursive spaces that fall between established design institutions – art and design museums, universities, design festivals – and commercial design producers. For the exhibited design, it’s not just the enhanced visibility that is of relevance but also the inherent commercial quality of these semi-public sales spaces. Being closer to everyday life gives galleries an advantage over museums, explains artist Andrea Zittel: “Their shop-like quality makes it easier for a relationship to be established with the viewer – people can at least imagine buying something or can actually afford to buy a piece and take it home [...]”⁸ With their enduringly functional nature, design objects are better served by gallery showroom displays than by museum exhibition scenarios, in which exhibits are generally decontextualised, defunctionalised, and exalted. A gallery context, on the other hand, provides a more direct platform for today’s and tomorrow’s creatives to realise socially relevant contemporary designs.

5 See Piroshka Dossi, *Hypel Kunst und Geld*, 2nd edition, Munich: DTV, 2007, p. 9.

6 Interview with Martino Gamper, *Total Trattoria*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (eds.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, p. 68.

7 Interview with Konstantin Grcic, *Design Real*, at oncurating.org, *Design Exhibited*, Issue 17, 2013, p. 4, available at on-curating.org/issue-17.html (last checked on 5 January 2017).

8 Interview with Andrea Zittel, *Einfach zu reinigende Oberflächen zeigen mehr Schmutz*, in: Jörg Huber, Burkhard Meltzer, Heike Munder, Tido von Oppeln (eds.), *It's Not a Garden Table. Kunst und Design im erweiterten Feld*, Zürich: JRP Ringier Kunstverlag, 2011, p. 192.

• A graduate in cultural studies with a master degree in design studies, Julia Sommerfeld served as a curatorial assistant at the MAK in Vienna and now co-publishes *Neuwerk* – Magazin für Designwissenschaft (Form und Zweck, Berlin). She is also contributing to the publication “Atlas des Möbeldesigns” [Atlas for Furniture Design] of the Vitra Design Museum.