

Die Sammlungen des Museums für Gestaltung Zürich in einem neuen Kontext

Verena Formanek

»Es ist beim Sammeln das Entscheidende, dass der Gegenstand aus allen ursprünglichen Funktionen gelöst wird, um in die denkbar engste Beziehung zu seinesgleichen zu treten. Diese ist der diametrale Gegensatz zum Nutzen und steht unter der merkwürdigen Kategorie der Vollständigkeit.«

Walter Benjamin

Das Altbekannte neu entdecken

Die vier Sammlungen des Museum für Gestaltung Zürich - Kunstgewerbe, Grafik, Plakat, Design - treten unter dem Titel *Every Thing Design* erstmals gemeinsam in einer Sammlungspublikation auf. Zentrales Thema ist der Wertewandel im Gegensatz zur Wertebeständigkeit - ein im musealen Kontext ebenso attraktives wie vielschichtiges Feld. Die ausgewählten Objekte bezeugen in ihrer unerschöpflichen Vielfalt zum einen den Wunsch von Gestalterinnen und Gestaltern, eine Aufgabe immer wieder neu anzugehen und dem Publikum als Angebot zu unterbreiten. Zum anderen macht die gewählte inhaltliche Struktur der Publikation auch deutlich, was Sammeln heisst: Es verlangt über die materielle Akkumulation von Werten hinaus die beständige Auseinandersetzung mit zeitbedingten Ideen und kontextuellen Verschiebungen. Aus dieser Kontextualisierung der Objekte ergeben sich vielschichtige Betrachtungsweisen, die zu einem neuen Deutungsansatz für eine der wichtigsten europäischen Sammlungen für Design und angewandte Kunst führen.

Die Sammlungspublikation ist in verschiedene Teile gegliedert. Auftakt und Abschluss bilden der visuelle Prolog und Epilog. Die Dramaturgie dieser Bildfolge verantwortet ein fremder Blick, nämlich jener der Gestalterin Irma Boom aus Amsterdam, die die Bildpaare zusammenstellte. Den roten Faden bilden designbezogene Aspekte wie Formen, Farben, Materialien, kreative Prozesse und keine chronologische Abfolge.

Den Kern der Publikation bilden acht thematische Zusammenstellungen, die neben zentralen Fragen von Entwurf, Produktion und Rezeption folgende inhaltliche Gesichtspunkte verfolgen: *Wandel und Konstanz, Autorenschaft und Customization, Prozesse / Technik / Funktion, Materialität und Immaterialität, Verführung und Information, Lebenszyklen und Ökologie, Design Reloaded und Immigration der Formen.*

In *Wandel und Konstanz* werden Werke präsentiert, die bis heute Gültigkeit haben und immer noch im Umlauf beziehungsweise in Gebrauch sind, und im Kontrast dazu Gegenstände, die aus der »Mode« gekommen sind. Weiter interessiert, wann ein Objekt zum Klassiker erklärt wird und was es dazu macht. Für die Werbung ist der »Klassiker« ein Absatzgarant - ein unsterbliches, für die Ewigkeit geschaffenes, immer aktuell bleibendes Produkt. Allerdings hat sich die Rezeption der ursprünglich seriell konzipierten »Typenmöbel« im Laufe der Zeit geändert, das wurde hierbei jedoch vergessen.

In *Autorenschaft und Customization* wird der Wunsch der Konsumenten nach Einzigartigkeit analysiert. Der Autor gilt als Garant für die Qualität eines Produkts im Gegensatz zum Gegenstand aus unbekannter Hand. Massenprodukte werden individualisiert und diversifiziert produziert und erzeugen so den Schein von Exklusivität. Wenn ein Produkt »immer individuell« gestaltet scheint, vom »Ikea-

Selbstbau-Prinzip« bis zur »Freitagtasche«, dann ist es Teil eines Marketings. »Customizing« bezieht sich auf den wachsenden Aspekt des Service Design, der ab den 1990er-Jahren massgeblich zu einem Produkt gehört. Gestaltet werden Service Interfaces für immaterielle Produkte, die aus der Sicht der Kunden begehrenswert, nützlich und nutzbar sind. Aus der Perspektive des Anbieters sind sie effektiv, effizient und einzigartig. Der Service Designer visualisiert, choreografiert und formuliert Lösungen, die es heute noch nicht gibt.¹

In *Prozesse / Technik / Funktion* wird auf die synergetischen Abläufe im Design verwiesen.

Das Material, aus dem die Dinge bestehen, unterläuft vielfältige Prozesse und ist oft nahe an der Erfindung. Und doch hat das Material auch einen Gegenpart, der immateriell zu sein scheint, wie im vierten Themenbereich *Materialität und Immaterialität* beschrieben. Diese »Immaterialität« wird durch Objekte aus bestimmten Stofflichkeiten wie Spitze, Haaren oder Eierschalenporzellan repräsentiert.

Der Gegensatz von *Verführung und Information*, im fünften Kapitel diskutiert, führt zu überraschenden Ergebnissen. Wie in allen Themenbereichen verteilen sich die Sammlungsobjekte über mehr als zwei Jahrhunderte und bilden Gegenpole. Wenn hier mit »Verführung« die heutige Werbepaxis angesprochen wird, so findet diese in der »Sirenen«, einer Marionette aus der Kunstgewerbesammlung (###), ihren frühen Widerhall im 19. Jahrhundert. Sirenen sind in der griechischen Sage die Töchter des Acheloo, Schadensdämonen, Mischgestalten aus Mensch und Vogel (meist mit Frauenkopf), mit übermenschlichem Wissen und der Gabe, das Wetter zu ändern. Um ihrem betörenden Gesang zu widerstehen, liess sich Odysseus an einen Pfahl festbinden. Die Objekte der Verführung stehen im Gegensatz zur nüchternen Information, die mit den Orientierungssystemen auf Flug- und Bahnhöfen ihre Schwerpunkte in der Gebrauchsgrafik hat.

Zum Thema *Lebenszyklen und Ökologie* wurde »Die Engelwache« von Henry van de Velde ausgewählt (###). Zum einen ist es das Schlüsselwerk in der Diskussion um angewandte und bildende Kunst, das die Umkehr des Künstlers zum Kunsthandwerker repräsentiert, also in *Wandel und Konstanz* gezeigt werden könnte, aber durch das dargestellte Motiv der Taufe in diesen Zusammenhang gehört. Der ökologische Aspekt, der wieder mehr an Bedeutung gewinnt, ist durch Beispiele des Materialrecyclings im Industriedesign vertreten wie auch mit Plakaten, mit denen der vernünftige Umgang mit Ressourcen postuliert wird.

In den letzten zwei Kapiteln scheinen die Inhalte nahe beieinander zu liegen. *Design Reloaded* präsentiert - in unterschiedlicher Rhetorik - Design-Ikonen. Aber auch weitere Produkte, die eine Wiederaufnahme gestalterischer Elemente aufweisen. Das Reloaden von Produkten bringt Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zusammen.

Immigration der Formen zeigt die historisch relevanten Einflüsse auf. Die Zusammenstellung der Werke in *Immigration der Formen* beinhaltet die Wiederaufnahme von Stilelementen aus allen Bereichen, sei es Design, Kunst, Kommerz oder deren Interpretation. Manchmal ergeben sich Zusammenhänge, die aus postkolonialer Perspektive bedenklich wirken.

¹ *Wörterbuch Design*, hrsg. von Michael Erlhoff und Tim Marshall, Basel, Bosten und Berlin 2008, S. 362.

Über diesen thematischen Zusammenstellungen steht die Beobachtung der Veränderungsprozesse in soziokultureller Hinsicht. Gesellschaftliche Codes und Normen bestimmen, was zu welcher Zeit als aktuell gilt. Mode und Trends verändern sich durch den Zeitgeist, bestimmen diesen mit und spiegeln gesellschaftliche Auffassungen. Die grosse Auswahl an rund 400 Objekten aus den vier Sammlungen ermöglicht es dem Betrachter, sich mit der Frage des Wertewandels auseinanderzusetzen, zu vergleichen und eigene Beobachtungen anzustellen.

Die Bestände in den Sammlungen ermöglichen es, immer wieder einen neuen Blick auf unsere Kultur und Geschichte zu werfen. Dabei entwickeln sich überraschende Betrachtungsweisen, die eine Inspiration für die Zukunft sein können.

Die Geschichte der Sammlungen und ihre Schwerpunkte

Um die Frage, »was gesammelt werden soll«, in der Gegenwart zu beantworten und eine Perspektive für die Zukunft zu gewinnen, ist ein Rückblick auf die Entstehungsgeschichte der vier Sammlungen notwendig. 1863 wurde Gottfried Semper, der damalige Leiter des Polytechnikums der Bauschule in Zürich, von Julius Stadler² gebeten, sich für eine Mustersammlung gewerblicher Produktion und Erzeugnisse des Kunsthandwerks einzusetzen. Dies entsprach auch der Strategie in anderen europäischen Ländern. Das regionale Gewerbe sollte inspiriert und gestärkt werden, um in einem sich verändernden Umfeld konkurrenzfähig zu bleiben. Auslöser waren wirtschaftliche Zwänge. In einer Welt, die immer mehr zusammenwuchs, wurde wie auch heute um Absatzmärkte gerungen. Neue Kommunikationssysteme wie die transatlantische Telegrafenerbindung (1866) und die Weltausstellungen mit ihrer globalen Schau der neuesten Erzeugnisse und innovativen Herstellungsweisen hin zur industriellen Produktion der beteiligten Länder zeigten der Schweiz, dass auch sie sich verändern musste.

Pioniere unter den Kunstgewerbemuseen waren das 1852 nach der Weltausstellung von 1851 in London gegründete South Kensington Museum, heute Victoria & Albert Museum, das zum Leitbild für viele andere Museen wurde, das Museum für Kunst und Industrie in Wien, nun MAK - Österreichisches Museum für angewandte Kunst / Gegenwartskunst (1863), und das Deutsche Gewerbe-Museum zu Berlin (1867). Kunstgewerbemuseen mit ihren Sammlungen waren nicht nur Depots mit Vorbildcharakter, sondern auch Orte, die für die Bevölkerung eine kommunikative und erzieherische Komponente im Sinne der Geschmacksbildung erfüllen sollten.

1875 gründete auch die Stadt Zürich das Kunstgewerbemuseum mit einer »Sammlung zu internationalem Kunsthandwerk«, aus der sich die verschiedenen Sammlungen des Museums entwickelten. Drei Jahre später, am 3. Mai 1878, wurde die Kunstgewerbeschule eröffnet, die heutige Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK). Sie vertrat eine Lehre, die das damals übliche Kopieren und Applizieren aus Vorlagensammlungen anwendete. Im zweidimensionalen Bereich waren die Vorlagen meist alte Ornamentstiche (##### Dürer), im dreidimensionalen Bereich historisierende Gefässe. Die

² Julius Stadler(1928–1904), Professor für Stillehre, Ornamentik, Kompositionsübungen und Landschaftszeichnungen an der Bauhochschule des Zürcher Polytechnikums, engagierte sich 1863 für eine Sammlung kunstgewerblicher Erzeugnisse in Zürich.

Studierenden mussten die Stile imitieren, eine eigene bewertende Aussage war nicht erwünscht.

Von Beginn an beinhaltete die Kunstgewerbesammlung alle Arten von Objekttypen: Druck- und Gebrauchsgrafik, Ostasiatika, Bucheinbände, Textilien, Möbel, Keramik, Glas, Metall- und Holzarbeiten, Marionetten und Plakate. All dies war als »Material« für die Lehre gedacht. Die Sammlungsobjekte dienten damit nicht dem Status des Museums oder als Imagewerbung für einen Privatsammler, sondern waren an die Kunstgewerbeschule gebunden.

Die ersten massgeblichen Schritte zur Präzisierung der Sammlungspolitik erfolgten ab 1905 durch den neu gewählten Direktor der Kunstgewerbeschule, Jules de Praetere (1879–1947) aus Belgien. Er verkaufte grosse Teile der bis dato konsequent gesammelten Werke zugunsten einer »Modernisierung der im Pseudo-Akademismus erstarrten Kunstgewerbeschule«. Seine auf eine reduzierte und klare Formensprache ausgerichtete Ankaufspolitik brachte neuen Wind in die Sammlung – aus heutiger Sicht wäre eine solche Zäsur im Aufbau einer Sammlung allerdings eher umstritten.

Die Verkäufe geschahen in der Absicht, die durch die Abstossung der ungeliebten historistischen Gegenstände erwirtschafteten Mittel sogleich in Objekte des in jener Zeit dominierenden Jugendstils zu investieren. Zum ersten Mal in der Geschichte der Sammlungen des Hauses kam es zu einer Umkehr in der Akquisitionsstrategie: Es wurden nicht mehr rückblickend Höhepunkte der Geschichte erworben, sondern es wurde aktuell in der Gegenwart gesammelt. Die Werke wurden nun bei den Herstellern und Künstlern selbst, in den Manufakturen oder auf den Weltausstellungen mit ihrem internationalen Warenangebot angekauft.

Dieser neue Informationsfluss wirkte sich auf die Geisteshaltung und die Formgestaltung im künstlerischen Schaffensprozess produktiv aus. Betrachten wir beispielsweise das Phänomen des Japonismus, das durch die japanischen Pavillons auf den Weltausstellungen im 19. Jahrhundert ausgelöst wurde, so kann der daraus resultierende Einfluss der japanischen Kunst und Kultur auf die europäische Gestaltung deutlich nachvollzogen werden. Ein anderer wichtiger Aspekt ist, dass der Sinn des Kopierens von Gegenständen durch die Entwicklung der Fotografie mit ihren dokumentarischen und künstlerischen Möglichkeiten aufgehoben worden war.

Die reformatorische Haltung in Zürich war auch ein Vorzeichen der kommenden Werkbünde. In Deutschland setzten sie ab 1907 Massstäbe, indem sie aus der dekorativen, imitierenden Gestaltungswelt in die reformatorischen Ansätze des kommenden Industriedesigns aufbrachen. Der Schweizer Werkbund wurde 1913 in enger Zusammenarbeit mit dem Kunstgewerbemuseum unter dem seit 1912 amtierenden Direktor Alfred Altherr gegründet.

Kunstgewerbesammlung

Die über 15000 Objekte umfassende Kunstgewerbesammlung ist neben der Grafiksammlung die älteste Sammlung des Museum für Gestaltung Zürich und eine der wichtigsten Kollektionen von internationalem Kunsthandwerk in der Schweiz. Einst als Sammlung für Ausbildung, Gewerbe und Industrie angelegt, liegen die Sammlungsschwerpunkte im 19. und 20. Jahrhundert. Geografisch konzentriert sie sich auf Europa, USA und das neuzeitliche Japan. Sie umfasst Textilkunst, Keramik und Glas vom Historismus bis in die Gegenwart. Die Jugendstilabteilung

mit Werkgruppen von William Morris, Emile Gallé, René Lalique, Hermann Obrist oder Henry van de Velde geniesst internationalen Ruf. Zu den Glanzstücken gehören eine einzigartige Marionettensammlung von Künstlern und Künstlerinnen des 20. Jahrhunderts wie Sophie Taeuber-Arp und eine bedeutende Musikinstrumentensammlung von rund 250 historischen Objekten.

Grafiksammlung

Die seit der Museumsgründung bestehende Grafiksammlung ist in ihrer Vielfalt und heutigen Ausrichtung auf europäisches Grafikdesign in der gesamten Schweiz einzigartig. Sie dokumentiert auf diesem Gebiet den ästhetischen, technischen und kulturellen Wandel im Alltag von Gutenberg bis heute. Die Grafiksammlung umfasst nahezu sämtliche grafischen Disziplinen, die für den Unterricht an der einstigen Kunstgewerbeschule von Bedeutung waren. Den Kern bildeten zunächst Zeichnungen, Druckgrafik und illustrierte Bücher sowie Lehrbücher des 15. bis 20. Jahrhunderts. Es folgten Ppressedrucke, Ostasiatika sowie Künstlerbücher, Fotografie und Gebrauchsgrafik.

Heute konzentriert sich die Sammeltätigkeit auf die Schweiz und den europäischen Raum. Zu den Schwerpunkten zählen Werbe- und Informationsgrafik, Schrift, Typografie und Buchgestaltung. Die Sammlung wird mit aktuellen Arbeiten innovativer Grafiker, Werbeagenturen, Nachlässen wichtiger Gestalter sowie Beispielen des Corporate Design bedeutender Firmen weiterentwickelt. Besonderes Augenmerk gilt heute der Akzidenzgrafik, grafischen Entwürfen wie Flyern und Annoncen, die, ähnlich wie das Plakat, explizit nicht für einen längeren Zeitraum entworfen wurden und damit eine relativ kurze gestalterische Halbwertszeit haben. Objekte also, bei denen sich die Gestalter maximale Freiheiten für einen besonders zeitgemässen Ausdruck nehmen können.

Plakatsammlung

Die Plakatsammlung gehört heute weltweit zu den umfangreichsten und bedeutendsten Archiven dieser Art. Über 330 000 Objekte, davon 120 000 erschlossen und inventarisiert, dokumentieren die schweizerische und internationale Geschichte des Plakats von ihren Anfängen Mitte des 19. Jahrhunderts bis in die Gegenwart. Die Sammlung umfasst politische, kulturelle und kommerzielle Plakate. Die designgeschichtlich begründeten geografischen Schwerpunkte bilden die Schweiz, Europa, Japan, Kuba, die ehemalige Sowjetunion und die USA.

Im Dialog mit der zeitgenössischen Produktion und in Anerkennung der historischen Leistungen wird die Sammlung kontinuierlich erweitert. Ihre Vielfalt in historischer, thematischer und geografischer Hinsicht ermöglicht sowohl eine Tour d'Horizon der Plakatkunst als auch den Blick in ein visuelles Archiv der Alltagswelt. Neben den primären Fragestellungen der Grafik und Typografie gilt das Augenmerk der Plakatsammlung auch einem gesellschaftspolitischen Verständnis von Gestaltung, werden doch im Plakat die ästhetischen und sozialen Prozesse der jeweiligen Zeit besonders reflektiert.

Plakate sind ein flüchtiges Medium. Sie werden aufgekleistert und hängen anschliessend für nur wenige Wochen in den Strassen, bevor sie, einem Sediment gleich, von einer neuen Plakatschicht wieder überdeckt werden. Sind die Plakate erst einmal aus dem Strassenbild verschwunden, dauert es meist Jahre, wenn nicht Jahrzehnte, bis die qualitativsten

Arbeiten zu inzwischen sehr hohen Preisen auf den einschlägigen Auktionen auftauchen. Plakate zu sammeln bedeutet also vor allem eines: Mit klaren Qualitätsmassstäben und im Bewusstsein des inhaltlichen Kontexts der bereits vorhandenen Bestände gilt es, präsent zu sein und umgehend zu handeln.

Designsammlung

Die Designsammlung konzentriert sich auf seriell hergestellte Produkte des 20. Jahrhunderts und der Gegenwart sowie auf die Ideen und Prozesse, die darin zum Ausdruck kommen. Der Fokus liegt auf einer umfassenden Darstellung des Schweizer Designs, konfrontiert mit Referenzbeispielen ausländischer Herkunft. Aus dieser Gegenüberstellung entsteht ein Dialog, der dank des reichen Bestands die Positionierung der nationalen Produktkultur im internationalen Rahmen erlaubt. Wiederkehrende Themen der Schweizer Produktgestaltung sind dabei strenge Funktionalität, Präzision und eine hoch entwickelte mechanische Kultur, die bei Klassikern wie dem Uhrwerk oder dem Taschenmesser offensichtlich werden.

Gesammelt werden Objekte bekannter Designer wie auch anonym konzipiertes Alltagsdesign. Die mittlerweile über 10 000 Produkte und etwa 20 000 Verpackungen umfassende Kollektion enthält serielle Gegenstände bis zur Kleinstserie, ergänzt durch Prototypen und Modelle. Neben Ankäufen und Donationen umfasst die Designsammlung auch Dauerleihgaben der Schweizerischen Eidgenossenschaft aus dem Bereich Produktdesign, einer Sparte, die vom Bundesamt für Kultur seit 1989 gefördert wird. Parallel zur Objektsammlung wird ein Archiv für Schweizer Design aufgebaut, das der wissenschaftlichen Forschung dient: Konzepte, Projektstudien, Entwurfszeichnungen, Gebrauchsanweisungen, Patentschriften, Werbemittel, Quellentexte sowie Teile von Atelier-, Firmen- und Verbandsarchiven bilden den Fundus einer Dokumentation, die weit über den Gegenstand hinausweist.

Eine neue Plattform: www.emuseum

Die Sammlungen des Museum für Gestaltung Zürich veränderten und verändern sich laufend und zeigen daher wie alle Sammlungen seismografisch das Denken ihrer Zeit auf. Das Internet erweist sich heute als wichtige und zukunftsweisende Plattform, um Sammlungen international zugänglich zu machen. Derzeit befinden sich in den Sammlungen mehr als 500 000 Objekte. Laufend werden diese aktualisiert und inventarisiert. In den Jahren 2006 bis 2008 wurden über 30 000 Objekte online geschaltet.

Ein userfreundlicherer Thesaurus ist in Planung, sobald die differenzierte Klassifizierung, eine vereinfachte Verschlagwortung aller Werke, abgeschlossen ist. Der User erhält damit gleich zu Beginn seiner Suche eine Vorauswahl am Bildschirm. Mit der Online-Schaltung aller Sammlungen entsteht sowohl eine weit reichende Kommunikationsplattform mit anderen Fachleuten als auch mit vielen Designinteressierten. So können einerseits Informationen im jungen Forschungsgebiet »Alltagskultur sammeln« erweitert als auch Impulse für neue Formgebungen – für die Welt der Kreativen – gegeben werden.

Die Bilddatenbank bietet einen »Über-Blick« über die Vielzahl von Sammlungsobjekten und eröffnet neue Perspektiven. Zudem besteht die

Möglichkeit, sich diese in immer anderen Kategorien zusammenzustellen. Die Objekte der einzelnen Sammlungen ergeben dann ein Netzwerk von Querbezügen und Verbindungen wie am Beispiel »Salz und Pfeffer«. Wenn nun »Salz oder Pfeffer*« im erweiterten Suchfeld, welches sich über alle Sammlungen erstreckt, eingegeben wird, erscheinen 40 Datensätze. Dieses Suchresultat ergibt die unterschiedlichsten Objekte: Salzstreuer, Plakate, Werbemittel, Picknickbesteck, Fotografien, aber auch einen Bierhumpen von Henry van de Velde mit einer »Salzglasur«. Solche Resultate am Bildschirm, die ein Suchbegriff hervorzubringen vermag, ermöglichen etwas Bedeutendes, das bislang bei der grossen Objektmenge nur zu erahnen war. Auf dem Bildschirm erscheint nun ein neues Bild. Durch die ungewöhnliche Zusammenstellung anhand eines Suchbegriffs wird die Topografie, in der ein Gegenstand verortet werden kann, visuell neu initiiert. Verbindendes Element kann die Form, die Technik, die Farbe, das Material, die Datierung, der Name und vieles mehr sein.

Neue Zusammenhänge herstellen

Vermeehrt werden Gegenstände unter weiteren Gesichtspunkten betrachtet, die auf neue mögliche Diskurse und Zusammenhänge verweisen. Diese Veränderungen sind Pionierleistungen in Richtung einer Beschreibungskultur im Bereich Design an der Schnittstelle zur angewandten Kunst. Sie basieren auf intensiven Recherchen, um eine Neuklassifizierung vornehmen zu können.

Im Personen- und Institutionsmodul der Datenbank, das etwa der Provenienzforschung (Herkunft und Eigentumsrecherche)[[in der Kunstgeschichte? OK]] entspricht, wird dieser Prozess sichtbar.

Beim Produktdesign beispielsweise stellt sich die Frage, welche Daten erfasst werden sollen. Der heutige Name einer Firma oder der historische? Das erweist sich bei der Veränderung in der Unternehmenslandschaft als keine einfache Recherchearbeit. Oft muss Neuland betreten werden, um besondere Regeln zu definieren. Umgekehrt ist es aber wichtig, parallel zu dem Produkt auch die Geschichte des Produzenten zu verfolgen, die eng mit der Herstellung, dem Entwurf und manchmal auch mit dem Scheitern verbunden ist. Dieses Scheitern kann auf eine Geschichte verweisen, die im zweiten Anlauf zu einem grossen Erfolg wurde. »Geniales Scheitern« ist Bestandteil kreativer Prozesse und dokumentationswürdig. Es verstärkt das Bewusstsein für das Prozessuale, das Forschen und das Experimentieren, die Wahrnehmung für den Blick hinter die Kulissen sozusagen.

Ein oft zitiertes Beispiel, das Mut macht für neue Herangehensweisen, ist die Bibliothekarin Julia van Haften, die in den 1950er-Jahren in der New York Public Library arbeitete und deren Aufgabe die Umbenennung der Katalogisierung von Buchbeständen aus verschiedenen Abteilungen wie Architektur, Archäologie, Ethnografie oder Geologie war. Dabei entstand eine eigenständige Sparte: die Fotografie als Kunstform. An diesem Beispiel ist zu sehen, wie sich Zusammenhänge durch neue Sichtweisen verändern können und dass neue Ansätze fruchtbar sind.

Mit dem Umstossen alter Kategorisierungen verweisen wir auch auf ein viel diskutiertes Begriffspaar, dessen Kontextualisierung oft für Verwirrung sorgt: die »bildende« und die »angewandte« Kunst, immer als Gegenpol dargestellt. Im Gegensatz zum Künstler arbeitet der Industriedesigner beispielsweise nicht »selbstreflexiv«, er versteckt seine Gedankengänge nicht in komplexe Formensprachen, die oft nicht decodierbar sind als Teil einer

gesellschaftlichen Kritik oder künstlerischen Strategie, sondern er ist an den Auftrag gebunden, aus dem ein funktionierendes Produkt resultieren muss. In der Entwicklungsphase sind sich beide Disziplinen oft nahe und können Überschneidungen aufweisen. Wie beispielsweise beim »Radical Design«, dessen Protagonisten sich über die Forschung der Produktentwicklung annähern. Schliesslich wird aber ein unterschiedliches Ziel verfolgt. Beim Designer funktioniert die Kaffeemaschine, beim Künstler mutiert sie zur Form mit unterschiedlichen Inhalten.

Die Sammlung von morgen

Immer werden subjektive Einschätzungen und die Wahrnehmung des Kurators die Sammlungserweiterung beeinflussen, die sich auf die Vorgeschichte der Sammlungen beziehen muss. Angekaufte Werke müssen sich in den Reigen der vorhandenen Werkgruppen einreihen, Sammlungsstrategien fortführen, aber manchmal auch beenden, wenn sie zu weit von der Aktualität entfernt sind. Beispiele dafür sind Gipsabgüsse. Sammlungsobjekte müssen neue Aspekte eröffnen, die für die Gegenwart relevant sind und auf neue Phänomene reagieren. Das betrifft am Beispiel der Gebrauchsgrafik das ganze Spektrum der digitalen Palette, vom Schriftdesign, über Websites bis zu den Ergebnissen von Interaction und Game Design. Richtungweisend können hier die Departemente der Zürcher Hochschule der Künste sein. Da diese die Studenten für die Zukunft ausbilden, wird der Einfluss auf eine sich erweiternde Sammlungsstrategie, wie im erwähnten digitalen Bereich, nicht ausbleiben können.

Diese Chance, auf Veränderungen zu reagieren, die auf die Verbindung von Lehre und Forschung zurückzuführen ist, wird den Horizont der Sammlungen erweitern. Damit bleiben die Sammlungen am Puls der Zeit. Andererseits spielen die Sammlungsbestände für Forschung und Entwurf eine entscheidende Rolle und bleiben für alle kreativen Systeme immer noch ein Ideenpool, indem sie als Zeugen einer hohen entwerferischen, handwerklichen und industriellen Tradition wesentliche Aspekte zu Material, Technik, Produktionsweisen, Distribution und Rezeption vermitteln.

Vom Gründungsgedanken geblieben ist die Idee einer Studiensammlung. Die Sammlungen verstehen sich als integrative Einrichtung zwischen Praxis und Lehre, Kunst und Industrie, Produktion und Rezeption. Geprägt werden sie durch die Interaktion mit der Zürcher Hochschule der Künste, durch die aktuelle Produktion von Designerinnen und Designern und die wache Beobachtung der Kuratorinnen und Kuratoren. Sie werden sich zwischen Materialität und Immaterialität bewegen, in der jeweiligen Diversifizierung der Sammlungsstruktur - und wieder eine neue Geschichte schreiben.