

Das Magis-Konzept

Notizen zur redaktionellen Kultur

von *Giampiero Bosoni*

Vorgeschichte

Vor einigen Jahren fragte mich der Herausgeber der Zeitschrift *Domus*, Alessandro Mendini, ob ich regelmäßig jeden Monat einen Text für eine Art Kolumne schreiben könnte, die wir dann "Block Notes – Recensioni della piccola e media industria italiana" ¹ genannt haben. Nach der gemeinsam mit Mendini entstandenen Idee sollten es Kommentare zur "Design-Kultur" von Unternehmen werden, die sich in den letzten Unternehmer-Generationen durch Experimente und Innovation im italienischen Möbeldesign hervorgetan hatten. Um diese Beiträge zu charakterisieren, wählten wir das Mittel einer "literarischen Rezension" der neuesten (letzte drei Jahre) "redaktionellen Kataloge" der Unternehmen, selbstverständlich verstanden in ihrer institutionellen Dimension. Mit dieser vorgeschlagenen Lesart wollten wir den im Katalog beschriebenen Gegenstand/Produkt "rezensieren" wie einen literarischen Text, mit seiner kompositorisch-lexikalischen Struktur (Technik, Materialien, Geometrien, Proportionen) und der Gesamterzählung (Untersuchung der Typologie und Formensprache), die verschiedene Eigenschaften in einem Konzept der ästhetisch-ökologischen "Vision" anspricht, die sowohl dem Designer/"Autor" als auch - auf einer anderen Ebene - dem

redaktionellen Programm des Unternehmens angehört. Also einen Lehnstuhl oder einen Tisch wie ein Buch zu "lesen", was paradoxer- oder interessanterweise mit einem wissenschaftlichen Handbuch oder einer Abenteuergeschichte für Kinder, aber auch mit einem epischen historischen Roman vergleichbar ist: kleinere oder größere Werke, die dann in einer redaktionellen Reihe mit ihrem speziellen Profil gesammelt werden können.

Bei der Wahl der Unternehmen hatte ich freie Hand, sie wurden von mir vorgeschlagen und gemeinsam mit Alessandro Mendini endgültig ausgewählt. Hut ab vor Alessandro, der trotz einer, gelinde gesagt geringen Begeisterung in der kommerziellen Abteilung der Zeitschrift durchgesetzt hatte, nicht weniger als 4-6 volle Seiten für diese Artikel zu reservieren. Für diese Serie der sieben Firmen, die wir in *Domus* vorstellen konnten, hatte ich keinen direkten Kontakt mit den Unternehmen: die Kataloge der gewählten Firmen wurden über die Redaktion angefordert, ohne den Grund für die Anfrage anzugeben. So erfuhren die betroffenen Firmen erst im letzten Moment, dass die Zeitschrift mehrere Seiten über ihren "redaktionellen Katalog" bringen wollte: Kommentare, das muss gesagt werden, die nicht immer nur positiv waren. Magis gehörte zu den ersten von mir ausgewählten Firmen und auch die Geschäftsleitung dieses Unternehmens - wie alle anderen - hatte mich für diese Analyse weder gesehen noch telefonisch gehört.

Möglicherweise hat diese gemeinsam mit Mendini gefundene Form der Rezension und die von mir gelieferte Interpretation der "Vision" von Magis und seinen Designern, ein gewisses Interesse für die Unternehmenskultur von Magis ausgelöst, denn die Direktion - Firmengründer Eugenio

Perazza und die Leiterin der Werbeabteilung Barbara Minetto - bat mich um eine Fortsetzung dieser "Rezension" auch für ihren neuen "redaktionellen" Katalog.

Prämisse

Um noch kurz beim Thema der "redaktionellen Metapher" zu bleiben, kann es nützlich sein, ein banales Axiom zu wiederholen, und zwar, dass hinter jedem redaktionellen Programm immer ein Verleger steht, im speziellen Fall mehr als ein einfacher Unternehmer, der sich nur um Produktion und Vertrieb kümmert: denn dieser Verleger ist vor allem ein "erster Designer", der seine eigene Vision der Gegenstände hat, die er produzieren will und die richtige Bühne nach seiner Vorstellung sucht. Eine Bühne, die nicht nur und nicht so sehr der Markt ist, sondern viel mehr eine sich rasch verändernde Welt, gemacht aus "Lebensweisen", "Verhalten", Sitten und Gebräuchen, die sich überschneiden und miteinander verflechten, um neue Rituale, neue Sprachen und neue Ausdrucksformen entstehen zu lassen, die für den Möbelproduzenten zu neuen Wohnräumen werden. Gewiss will sich der Verleger eine Scheibe vom Markt abschneiden, aber der wahre Ehrgeiz und das eigentliche, mehr oder weniger erklärte Ziel ist es, seine eigene Welt zu bauen, die sich als Bezugsmodell durchsetzen kann. Natürlich kommt von den Designern ein wertvoller und für dieses kulturelle Projekt wesentlicher Beitrag, vor allem wenn sie ihre Arbeit so auffassen, wie ein Meister wie Enzo Mari sie definiert (übrigens auch er mit der Welt von Magis verbunden): "die Arbeit eines Designers besteht in der Umsetzung einer Projektanfrage. Je höher das Niveau dieser Anfrage ist, desto genauer und besser

kann der Beitrag des Designers sein."

Unter diesem Aspekt sah Eugenio Perazza, Firmengründer und Chef von Magis, seine Rolle stets im Sinne eines Verlegers, der "scharfen Verstand" und "kundige Hände" sucht, die seiner Idee von praktischen und angenehmen Gegenständen für das häusliche Leben Form geben können. Es ist Aufgabe des Verlegers, eine Linie vorzugeben und den Fokus auf einen Kontext zu richten, um gemeinsam mit dem Autor darüber nachzudenken und zu diskutieren, damit dieser seine persönliche Interpretation (die aber immer auch eine gemeinsame ist) mit seinen eigenen Mitteln und Ausdrucksformen liefern kann. Es ist interessant zu beobachten, dass, wie ein Verleger von Büchern, der Format, Einband, Papierqualität und grafische Hilfsmittel (und natürlich auch die Autoren) auswählen kann und so den kulturellen wie auch den kommerziellen Charakter seiner Produktion vorgibt, auch der Verleger von Stühlen und Tischen dies kann, da die Vorgabe einiger typologischer Aspekte, Definition von Werkstoffen, Vorschlag technisch-produktiver Verfahren (vor und während des kreativen Prozesses, der Seite an Seite mit dem Designer stattfindet) ihn zu einem "Ersten Designer" machen, der in vielerlei Hinsicht die Basis für das qualitative Niveau eines Entwurfs bestimmt.

Bezogen auf die Möbelwelt, eröffnet sich zum Thema "Produzent/Verleger" eine besondere Frage in Bezug auf die Aktivierung und das Management der Produktionsprozesse, von der Grundidee und dem ersten Entwurf über das Marketing bis zum Vertrieb. Der Verleger muss nicht nur das Szenario für den Entwurf und eine Strategie von Formen, Ausdrucksweisen und Wegen ermitteln, um eine eigene "Wohnkultur" erzeugen zu können, sondern

er identifiziert und ermöglicht auch die technischen und produktiven Prozesse. Das müssen nicht unbedingt seine eigenen sein, ganz im Gegenteil, er kann sie sogar besser außerhalb suchen, motivieren und als eine anpassungsfähige, flexible externe Ressource einbeziehen. Dieses Konzept der externen Produktionsplattformen war einer der innovativen Aspekte, die Magis bereits in den ersten Jahren nach der Gründung, die nunmehr vier Jahrzehnte zurückliegt, geprüft und angewendet hat.

Das Magis-Konzept

Man könnte sagen, dass sich die Produktion von Magis im Katalog wie ein Musterkatalog von Haushaltsartikeln präsentiert. Verschiedene Produktfamilien entsprechen einem jeweils bestimmten Gebrauch. Die Formensprache kann zwar von ästhetischen Themen abhängen (wie einer bestimmten Beschaffenheit oder einem ungewöhnlichen "Effekt" des verwendeten Materials), ist aber immer schlicht und spezifisch für genau definierte, technische und funktionelle Merkmale: jeder Gegenstand hat auch seine eigene Poesie, die wie ein feines Muster das starke Gewebe des industriellen Designs überzieht.

Es ist interessant zu beobachten, dass der Katalog von Magis - als redaktionelles Programm - anfänglich rund um bestimmte Dienstleistungen aufgebaut wurde, die sich nicht nur auf Sitzmöbel, sondern auch auf Stehleitern oder Bügelbretter beziehen können; dann konzentrierte man sich auf das Grundthema Stühle und auch Hocker hatten ihre Bedeutung; später kamen Tische und Schränke dazu, in letzter Zeit auch einige Polstermöbel, einschließlich Sofa und Chaiselongue: es ist, als würde ein Buchverlag zuerst eine Heftserie drucken,

dann Taschenbücher, wie etwa eine Reihe von zwar billigen Ausgaben, die aber auch Klassiker enthalten, und so fort, bis sich auch der publizierte Bereich in Formaten und Inhalten immer mehr diversifiziert, um schließlich eine fast enzyklopädische, universelle Dimension anzunehmen. Bei der Suche nach einem ausgewogenen Verhältnis zwischen folgerichtiger Produktion, rationaler Funktion und dem Genuss bei der Verwendung eines Gegenstandes, hat die Designkultur von Magis mit dem typischen "bescheidenen Stolz" von Italiens bester, zeitgenössischer Designtradition einen Weg eingeschlagen, mit dem in gewisser Weise der Sinn einer modernen Art zu wohnen neu interpretiert wird. Ausgehend von den wichtigsten Nutzräumen einer "machine à habiter" (von Abstellraum bis Küche), wurden nach und nach die ebenso zweckmäßigen wie repräsentativen Elemente der gesamten häuslichen Wohnlandschaft neu definiert, wo zwischen Rationalität und der Suche nach einem breiten und vielseitigen, genussüchtigen Behagen die Bühne für das Leben des "homo ludens" unserer Zeit entsteht.

Neben vielen Stühlen, Hockern und Tischen gibt es erstaunlicherweise auch Besen und Kleiderbügel, Abtropfgestell für Geschirr und Flaschenregal, Küchenuhren und Gießkannen, Schirmständer und Stehleitern, Einkaufswägen und Stumme Diener, gar nicht zu reden von einigen Provokateuren, die scheinbar "das Thema verfehlen": Hundehütte und Futtertisch für Vögel. Aber dennoch verbinden sich diese Gebrauchsartikel mit den verschiedenen Familien der Einrichtungsgegenstände ohne Zwang, wie in einem natürlichen Wechselspiel kurioser und überraschender elektiver Affinitäten. Das war immer schon eines der "Wunder" von italienischem

Design, die Fähigkeit, in der gleichen „Werkstatt“ verschiedene Autoren mit verschiedenen „Poesien“ arbeiten zu lassen, die aber dann (bei guter Koordinierung im Rahmen eines starken, aufmerksamen und achtsamen redaktionellen Ethos) ein gemeinsames Verlagsprojekt vertreten und die verschiedenen Gegenstände im Katalog zu einem natürlichen Dialog führen. Eine Suche nach der „Qualität der Arbeit“, die das Thema des einzelnen Möbels zu einem Sinnbild für italienische Designkultur in der privaten Wohnlandschaft gemacht hat. So hat auch die Ausstellung von 1972 im MoMA in New York, „Italy: the new domestic landscape“ deutlich gezeigt, dass italienisches Design vor allem eine kreative Milieu-Gestaltung im englischen Sinn von environment ist, das heißt, eine Resonanz auf Entwicklungen des Lebensstils und der Verhaltensweisen, die de facto unseren zunehmenden und zunehmend variablen Wohnraum „kreieren“.

Die Magis-Handschrift

Für einen Mehrfach-Herausgeber ist die Ermittlung der Materialien, mit denen der Autor arbeiten muss, zweifellos eine wesentliche Vorgabe, mit der der Produktionsprozess die Suche nach dem sprachlichen Ausdruck des erzählenden Textes beeinflusst. Das Ergebnis dieser Suche entspricht in unserem Fall (furniture design und insbesondere im „Magis-Konzept“) der vom Designer angewendeten Formensprache, um den idealen wahrnehmbaren/symbolischen Sinn von dem auszudrücken, was er als angenehmste und zweckmäßigste Art vorschlägt, den entworfenen Gegenstand zu nutzen. So ist interessant zu beobachten, wie die ganze Geschichte von Magis durch die vorwiegende Verwendung spezifischer

Materialien in Epochen gegliedert ist, die wir wie folgt zusammenfassen können: die Epoche von Buchenholz, massiv und beschichtet, von glänzendem ABS, von verstärktem Polypropylen, von Polykarbonat, von PU-Integralschaum, von Profil- und Druckguss-Aluminium, von Polyethylen im Rotationsverfahren, von formgestanztem Blech und Buchenholz massiv, von Stahldraht, von Schmiedeeisen. Wie bei allen Epochen in der Entwicklung der Zivilisation, die durch den Gebrauch von bestimmten Materialien geprägt wurden (Bronzezeit, Eisenzeit, usw.), überschneiden und verflechten sich diese immer wieder auch in der historischen Entwicklung von Magis. Paradoxiere Weise ist zu beobachten, dass in der Geschichte von Magis die technische Forschung immer weniger innovationsbehafteten Materialien nachjagt, wie das zu Beginn der Fall war, sondern parallel dazu mehr und mehr bestrebt ist, die Kombination verschiedener Materialien zu nutzen. Das ist zu erkennen an exklusiven, handwerklichen Details, an der Wiedereinführung früherer, fast urtümlicher Bearbeitungen wie die Verwendung von Schmiedeeisen, ein Material von besonders sensibler Ausdruckskraft und starker „poetischer Resonanz“. Aber auch Kohlenstofffasern, die zwischen Sperrholzfolien „versteckt“ werden, um sehr dünnen Platten große Festigkeit und Elastizität zu geben, weisen auf den Willen hin, Materialien auch in einer semiotisch umgekehrten oder zumindest alternativen Bedeutung zu verwenden, wo in einer industriellen Lesart das konstruktive Detail, abgeleitet aus einer „soliden Arbeit“, wie sie für das italienische Handwerk in seiner edelsten Form typisch ist, zum „dominanten“ Zeichen wird. Diese Dimension im Design, die sich wieder

die stoffliche Qualität der "Handarbeit" nutzbar macht, ist heute Ausdruck für das Bemühen einer Welt, die folgerichtigsten und nachhaltigsten Merkmale zu erfassen, um verantwortungsbewusst unsere Erde zu bewohnen, um mit ihr eine unbedingt nötige, neue Harmonie zu finden.

So gesehen wird mit dem industriellen Projekt von Magis, mit der enzyklopädischen, taxonomisch in Familien gegliederten Sammlung ihres Katalogs, ein Sortiment vorgeschlagen, das durch immer stärker miteinander in Beziehung stehende Modelle geprägt wird, die einen umfassenden und nachhaltigen Wert zeitgenössischer Wohnkultur entwickeln können.

Zurückkehrend zu den einleitenden Betrachtungen über den redaktionellen Wert einer Designkollektion im Einrichtungsbereich - wie es die von Magis ist - kann ein nochmaliges Nachdenken über die Beziehung zwischen Designobjekt und literarischem Werk von Interesse sein, wenn wir die Lesart (in welchem Interpretationsschlüssel auch immer) der aufschlussreichen Definition benutzen, die der glänzende Semiotiker Roland Barthes dem Akt des Schreibens und dem literarischen Wert eines Textes gegeben hat. "Schreiben - sagt Barthes - ist historisch gesehen ein ständiger Widerspruch, der auf einer doppelten Erwartung beruht: einmal ist Schreiben im Grunde ein kommerzieller Wert, ein Mittel der Macht und Segregation, das fest in einer materialistischen Gesellschaft verwurzelt ist; andererseits ist es ein Akt des Genusses, der mit dem innersten Verlangen des Körpers und den feinsinnigsten und erfolgreichsten Kunstprodukten verbunden ist. So ist das Geflecht eines geschriebenen Textes. Ich habe hier nichts anderes getan, als die Fäden geordnet und offengelegt. Jedem nun seine

eigenen Kett- und Schussfäden".

Mit der langen, hochwertigen Erfahrung, die mit diesem neuesten, redaktionellen Katalog nur wieder bestätigt wird, beweist Magis ein immer größeres Bewusstsein für diese notwendige Verflechtung von Kett- und Schussfäden, von handwerklicher und industrieller Kultur, von Design- und Unternehmenskultur, von Form und Technik, von symbolischer Sprache und praktischer Funktion, von Poesie und Alltag.

Giampiero Bosoni

Noten

- ¹ Giampiero Bosoni, *Block Notes – Recensioni della piccola e media industria italiana*, in "Domus" Nr. 939-945, September 2010 – März 2011
- ² Meist führt Mari weiter aus, dass, sollte jedoch ein Auftraggeber keine klare Vorstellung davon haben, was er anfragen und vorschlagen will, sondern nur die banale Forderung nach einem erfolgreichen Produkt stellt, mit widersprüchlichen Projektvorstellungen, die im Endeffekt besagen "ich will ein Produkt, das wie Gold aussieht, aber wenig kostet", dann ist das die ideale Voraussetzung für so viele "Micky-Mouse-Designer" mit quer aufgesetztem Künstlerhut, die mit ihrem Zeichenstift überflüssige, selbstgefällige und aufgeblasene Gegenstände entstehen lassen, die im besten Fall auf einer flüchtigen Modewelle reiten können.
- ³ Barthes R., *Variations sur l'écriture* (1972), Editions du Seuil, Paris 1994, herausgegeben in Band II der *Oeuvres complètes 1966-1975* (dt. Üb. aus der italienischen Übersetzung *Variazioni sulla scrittura* gefolgt von Il piacere del testo, Ossola C. im Verlag Einaudi, Turin 1999).