

"Memphis": Clowns und Helden

07.04.2011 | 15:21 | von Norbert Philipp (Die Presse - Schaufenster)

Lombardei statt Tennessee: In Mailand wurde vor 30 Jahren "Memphis" gegründet. Ein rebellisch-intellektuelles Designerkollektiv mit Langzeitwirkung.



Das gehört einfach zu einem ordentlichen Schöpfungsmythos: Nach Mitternacht muss es gewesen sein, gut auch, wenn man schon ein paar Gläschen getrunken hat, so kann man die Geburtsstunde 30 Jahre später noch besser verklären. „Wir saßen da und waren irgendwie ganz nah an echten Gefühlen“, beschrieb Designer Matteo Thun die Szene. Dazu spielten sie ständig dasselbe Lied: Bob Dylans „Stuck Inside of Mobile With the Memphis Blues Again“. Ja, so werden Revolutionen gemacht und Geschichten fürs Lagerfeuer geschrieben. So oder so ähnlich wurde das Designerkollektiv „Memphis“ gegründet, in Mailand, in der Wohnung von Ettore Sottsass. Und bis heute werden ihre Möbel gehasst, geliebt, verehrt, gesammelt und doch allzu oft missverstanden.

Die Straße mussten sie sogar sperren im April 1981 vor der Galerie „Arc 74“ in Mailand, so groß war der Andrang. Dort stellte „Memphis“ zum ersten Mal vor, wie sich die Gruppe das so gedacht hatte, das Design aus der gefühlskalten Funktionalität zu retten. Doch schon ein Jahr zuvor, 1980, beim „Forum Design“ in Linz, hatte Ettore Sottsass präsentiert, was man unter einer „neuen Ikonografie“ verstehen durfte. Damals nahm die Öffentlichkeit kaum Notiz davon. Auch nicht von diesem bunten Regal mit dem seltsamen Namen „Carlton“, das Sottsass ausstellte und das irgendwie sympathisch wirkte, fast menschlich. Ein Regal, das quasi zur Ikone und zum Emblem der Gruppe „Memphis“ wurde.



Fast wie Comic-Kitsch. Zur Genüge war in den Jahren zuvor schon theoretisiert worden, in verschiedenen Künstler- und Designergruppen, die einen Kontrapunkt suchten zum „Bel Design“, also zu den puristischen, industriell gefertigten Formen, die in den 70ern dominierten. 1981 durfte dann in Mailand endlich die angestaute Energie herausplatzen in die Wirklichkeit, als tatsächliche, manifeste Produkte. Möbel, Uhren, Leuchten, Keramiken waren es, die Memphis erstmals präsentierte, entworfen von Italienern wie Andrea Branzi, Matteo Thun, Marco Zanini oder Aldo Cibis, aber auch von ausländischen wie etwa Javier Mariscal oder Peter Shire. Was danach kam, war oft schrill und bunt, manchmal verspielt und

kitschig, bis 1988 präsentierte Memphis jedes Jahr eine neue Kollektion. Viele Objekte und Möbel wirkten, als wären sie aus Comic oder Cartoons direkt in den dreidimensionalen Raum gerutscht. Provozieren wollten sie nicht, meinte Thun. Ironisch überspitzen, ja, das schon eher. Für die einen waren sie nicht mehr als Clowns, die mit ihren Entwürfen gut inszeniertes Kasperltheater boten. Für die anderen waren die „Memphis“-Designer Helden einer längst überfälligen Revolution.

Desillusioniert. 1988 verließ Ettore Sottsass die Gruppe. Irgendwie hatte er sich die Revolution doch anders vorgestellt. Längst war „Memphis“ gekapert worden von den Menschen und Konsumenten, die daraus machten, was sie selbst darin sahen. Und das war die Oberfläche, nicht mehr als die verspielte Lust, Prinzipien und Konventionen wie Dominosteine umzustoßen. Doch Sottsass wollte mehr. Er wollte Möbel für alle schaffen.

„Er hätte gern die Möbel für die Masse produzieren lassen“, erklärt Angelika Linner, Inhaberin einer Design-galerie in Wien, die ihre Dissertation über Sottsass geschrieben hat. „Leider ist es ihm nicht gelungen.“ Die Eigendynamik war zu stark. Wohlhabende Exzentriker, die gern das Unkonventionelle für sich vereinnahmten, holten sich die Objekte als Spielzeug nach Hause. Karl Lagerfeld etwa stattete seine Villa in Monte Carlo komplett mit Memphis aus.

„Doch Sottsass wollte nicht, dass sie zum Kult werden“, erzählt Linner. Und noch bevor die Gruppe schließlich zersplitterte, waren ihre Memphis-Möbel schon Exponate in Museen. Andererseits wurden sie schon bald imitiert und kopiert. Vervielfältigt wurde wie so oft nur die Oberfläche, nicht die Idee dahinter. „Die Möbel sollten ja auch etwas mitteilen, etwas über die Funktion hinaus“, sagt Linner. Gehört wurde die Botschaft kaum. „Ikonografie der Nichtkultur“ hatte Sottsass sie genannt, schon bevor sich „Memphis“ formierte. Zeigen sollte sie sich auch in der Kunst der Umdeutung, Sottsass hinterfragte die eingebrannten Konnotationen der Dinge.

Deshalb benutzte er für seine Entwürfe Muster und Strukturen, die längst existieren, aber kaum als Muster wahrgenommen wurden. So wie bei den Materialien. Laminat etwa, das immer mit „billig“ konnotiert war, kombinierte er auch mal mit Marmor. Das Triviale und das Edle sollten sich nicht nur berühren, sondern mischen.

Heute ist der revolutionäre Geist von „Memphis“ weitgehend diffundiert durch tausendfache Kopien und Derivate etlicher Epigonen. Doch „Memphis Milano“ bleibt für viele Designliebhaber noch immer die schönste Alliteration.