

Design für eine bessere Welt

DIE ZUKUNFT GESTALTEN Der Turm, der aus Smog Diamanten macht, ist ein anschauliches Beispiel für die experimentelle Kreativität des Rotterdamer Designstudios von Daan Roosegaarde. Roosegaarde hat auch 2020 bereits wieder Auszeichnungen für seine innovativen und zukunfts-optimistischen Interventionen erhalten. Der Preis „Digital Dozen Storytelling Award“ wurde für die Ausstellung „Presence“ in New York vergeben, das „Smog Free Project“ wurde in China ein weiteres Mal mit dem „Successful Design Award“ gefeiert. Unser Interviewpartner, Daan Roosegaarde, ist Gründer des gleichnamigen Rotterdamer Designstudios.

SUSANNE KARR IM GESPRÄCH MIT DAAN ROOSEGAARDE

Der Besuch Ihres Ateliers bietet einen faszinierenden Überblick über vergangene und aktuelle Projekte. Viele davon gehen über den traditionellen Designbegriff hinaus, wie der Smog Free Tower, der eigentlich ein Hightech-Werkzeug für Megacities ist.

Daan Roosegaarde: Wir müssen uns unsere Ideen zu eigen machen und uns von der Analyse inspirieren lassen. Nur eine Kombination verschiedener Wissensquellen, wie Kunst und Wissenschaft, kann spannende Projekte wie den Smog Free Tower hervorbringen. Die Einstiegsfrage war: Wie hoch ist der Preis für saubere Luft? Aber wer hätte an die Möglichkeit gedacht, Abfall in Diamanten zu verwandeln? Was für den einen Abfall ist, kann für den anderen zum Arbeitsmaterial werden.

Ein besonders faszinierendes Projekt befasst sich mit der Entrümpelung des Weltraums. Sie arbeiten mit der European Space Agency (ESA) zusammen. Neben der Visualisierung des Weltraummülls mit großen grünen Lichtstrahlen besteht Ihre derzeitige Forschungslösung darin, künstliche Sternschnuppen aus eingefangenen Weltraummüll zu schaffen. Wie es scheint, sind die Möglichkeiten für Design-Interventionen unbegrenzt.

In unserem Studio neigen wir zu einer nicht-linearen Denkweise. Man könnte es hybrides Denken nennen. Unsere Projekte drehen sich um eine bessere Gesellschaft. Wir wollen teilen, was wir durch unsere Forschungs- und Designpraxis realisieren. Wir müssen eine Protopie statt einer Utopie schaffen, wir brauchen echte praktische Lösungen. Wenn ich mir die Welt von heute anschau, etwa die Klimakrise: Das ist ein Beispiel für schlechtes Design. Nun können wir uns in einem Raum verstecken und jemand anderem die Schuld geben, oder wir können initiativ werden und Möglichkeiten finden, es besser zu machen.

In Ihrer Traumfabrik lernten wir auch den „Yes, but“-Chair kennen, eine großartige Erfindung, die weit verbreitet werden sollte. Ein Stuhl, der mit einem leichten elektrischen Schlag reagiert, wenn die Person, die darauf sitzt, „Ja, aber“ sagt. Wie überwindet man die „Ja, aber“-Reaktion der Menschen, wenn man diesen Stuhl nicht zur Verfügung hat?

Es ist Teil der menschlichen Natur, an dem festzuhalten, was wir wissen. Aber wenn wir diesen Weg fortsetzen, werden wir ertrinken. Mit dem „Yes, but“-Chair lässt sich die oft nicht sehr hilfreiche Neigung, sich an bereits Bekanntes zu klammern, gut sichtbar machen. Es geht darum – auch wenn man den Stuhl gerade nicht zur Hand hat – das Bewusstsein für diesen entscheidenden Moment zu schärfen: Entweder wir bleiben bei der traditionellen Art und Weise, mit Problemen umzugehen, oder wir versuchen es mit innovativen Lösungen. Wir müssen anfangen, experimenteller zu denken. Auf neue Vorschläge wäre dann die Antwort eher: „was jetzt“ oder „ja, und“ statt „ja, aber“. Wir müssen in neue Ideen investieren, um zu überleben.

In einem Ihrer Vorträge erwähnten Sie den „Begriff der Schönheit und des Dramas“. Sie implementieren viel Storytelling und Emotionalität in Ihre Projekte. Würden Sie Maya Angelou zustimmen, dass Menschen vergessen, was man ihnen erzählt, nicht aber, wie sie sich gefühlt haben? Sollten Architektur und Design Ihrer Meinung nach Emotionen in größerem Umfang berücksichtigen?

Auf jeden Fall. Wir fühlen uns stärker zum Handeln verpflichtet, wenn unsere Emotionen Teil der Entscheidungsfindung sind. Zudem ist biologisch erwiesen, dass die Teile des menschlichen Gehirns, in denen Entscheidungen getroffen werden, davon beeinflusst werden und abhängen, wie man sich fühlt. Bei einer Design-Intervention



Durch die Design-Intervention Waterlicht, die eine virtuelle Flut repräsentiert und veranschaulichen soll, wie hoch der Wasserstand sein könnte, wenn die Meeresspiegel weiterhin ansteigen, erleben die Menschen eine emotionale Verbindung zum Gezeigten.

wie dem Waterlicht, das eine virtuelle Flut repräsentiert und zeigt, wie hoch der Wasserstand sein könnte, wenn die Meeresspiegel weiterhin ansteigen, erleben die Menschen eindeutig eine emotionale Verbindung zum Gezeigten. Die Farben, der physische Eindruck und die Tatsache, dass der Moment mit anderen Menschen geteilt wird, machen ihn zu einer starken Erfahrung.

Ist es besonders wichtig, dass es eine kollektive Erfahrung ist?

Eine gute Frage – ich überlege oft, was die Gründe für die Kraft kollektiver Erfahrungen sind. Wenn ein Gefühl der Verbundenheit entsteht, ist das Publikum für einen Moment nicht die Summe vieler Egos, sondern ein vorübergehendes „Wir“, das hilft, Barrieren abzubauen, die wir alle haben. Durch dieses Gefühl der Verbundenheit ist es einfacher, Gefühle zu zeigen. Die physischen Eindrücke wirken dabei zusätzlich aktivierend. Man kann das mit den Szenarien der katholischen Kirche vergleichen, in denen viele Elemente verwendet werden, die die Gemeinschaft verbinden und Gefühle erzeugen. Als Menschen springen wir meist auf Auslöser wie Liebe oder Angst an. Angst haben wir mehr als genug in unserer Welt, deshalb möchte ich die positiven Gefühle stärken.

Wie finden Sie zu einem Gleichgewicht zwischen Innovation und Vorstellungskraft? Stehen diese Aspekte für die Notwendigkeit, Pragmatismus und Poesie zu verbinden? Wie beeinflussen sie Ihre Projekte?

Es ist wichtig, sich von der Idee leiten zu lassen und nicht vom Ehrgeiz, viel Geld zu verdienen, berühmt oder Teil eines bestimmten Trends zu sein. Ich würde den Prozess mit einer Metapher beschreiben: Eine Designlösung beginnt

mit einem imaginären Geschmack im Mund, den man dann in der Realität zu kreieren versucht. Um ein bestimmtes Gericht zu kreieren, das dem imaginierten idealen Geschmack entspricht, kauft man die besten Zutaten, etwa auf dem Markt. Der innovative Designprozess funktioniert auf die gleiche Weise: Es ist entscheidend, dass wir uns zuerst vorstellen, wie die Welt aussehen soll. Denn: Wenn wir es uns nicht vorstellen können, werden wir es nicht erreichen! Vielleicht fehlt es nicht am Geld, sondern an der Vorstellungskraft. Und in Europa fehlt es oft an Neugierde.

Ihre Position wechselt und verbindet Disziplinen. Wie ein Gestaltwandler spielen Sie die Rolle des Künstlers oder Designers und setzen Interventionen.

Meine Aufgabe ist zunächst, mir eine realisierbare Vision vorzustellen, etwa eine Lösung für die Reinigung der Luft in einer Megacity. Wenn unser Designteam eine Vision dieser Lösung entwickeln kann, werden wir Materialexperten einladen, mit Universitäten zusammenarbeiten, was immer für die spezifische Aufgabe erforderlich ist. Wir ziehen Fachwissen hinzu. Es geht darum, sich das Projekt vorzustellen, Kooperationen zu aktivieren und gemeinsam Lösungen zu realisieren. Meine Aufgabe als Gründer der Designpraxis ist es, das Projekt anzustoßen und zu beenden.

Sie stellen hohe Anforderungen an Ihre Projekte, eines davon beschreiben Sie mit dem Potenzial für „Upgrading Reality“. Was meinen Sie damit? Ist die Realität nicht genug? Oder ermöglichen Sie den Menschen, mehr von der Realität wahrzunehmen, so dass es wie eine Aufwertung erscheint?

Es gibt viel verstecktes Kapital in der Welt von heute. Die Herausforderung besteht nicht darin, die Realität zu verbessern, sondern anzuerkennen, was bereits vorhanden ist, die Prioritäten zu ändern. Zum Beispiel muss sich die Beziehung zwischen Mensch und Landschaft verändern. Im Moment sind Architekten nur selten anwesend, wenn große Szenarien entworfen werden müssen. Doch sind unsere Fragestellungen eigentlich genuin architektonische: Wie können wir Städte entwerfen, in denen man nachts wieder die Sterne sehen kann? Architekten sollten das Gespräch bestimmen. Künftig wird es mehr darum gehen, großmaßstäbliche Projekte zu entwerfen.

Einer Ihrer Ausstellungstitel lautete: „Präsenz ist ein Aufruf zum Handeln“. Glauben Sie, dass Präsenz im Sinne von Zeugnis ablegen für das, was in unserer Zeit und Gesellschaft geschieht, die Notwendigkeit impliziert, sich aktiv zu engagieren?

Präsenz ist etwas sehr Mächtiges. Sie bedeutet, vor Ort zu sein, mit der Möglichkeit, aktiv zu werden. Der gegenwärtige Moment ist unser Aktionspunkt. Wir sollten ihn sehr persönlich gestalten und Kunst und Design als Aktivatoren einsetzen. Mit gutem Design ermöglichen wir es den Menschen, sich ihrer Wirkung bewusst zu werden. Meiner Ansicht nach geht es bei gutem Design auch um die Verbindungen, die es schafft. Deshalb sollte eine der Hauptantriebskräfte die Frage sein: Wie können wir Design nutzen, um Orte zu schaffen, an denen Menschen zusammenkommen? Wir können keine Erfahrungen machen, wenn wir allein sind, Interaktion ist notwendig. Wir sind keine einzelnen, einsamen und unabhängigen Einheiten. Im Moment ist viel Veränderung im Gange – dank Corona: Dieses Virus ist grenzenlos, zeitlos und bedrohlich. Aber gleichzeitig inspiriert es neue Vorstellungen von Verbundenheit. Wir müssen jetzt entscheiden, ob wir eine Welt haben werden, wie Leonardo da Vinci sie entwerfen würde, oder eine, die Orwell in seinen Dystopien beschrieben hat. Wir müssen uns einen Ausweg aus dieser Situation schaffen. In Zukunft geht es darum, mehr Design für Win-win-Situationen zu entwerfen.



Experimentelle Kreativität zeichnet den Rotterdamer Designer Daan Roosegaarde und Gründer des gleichnamigen Designbüros aus. Auch 2020 wurde sein Studio wieder mehrfach für seine innovativen und zukunfts-optimistischen Interventionen prämiert.



Das Smog Free Projekt von Daan Roosegaarde hat saubere Luft und die Reduktion von Luftverschmutzung zum Ziel und sucht, die inspirierende Erfahrung einer sauberen Zukunft zu vermitteln. Der Smog Free Tower entstand als städtische, lokale Intervention für saubere Luft im öffentlichen Raum.

FOTOS: STUDIO ROOSEGAARDE