VON MATHIAS REMMELE

Wer immer sich mit der Arbeit von Oliver Vogt und Hermann Weizenegger auseinandersetzt, wird bald feststellen, dass das Berliner Duo dem landläufigen, klischeebeladenen Bild des Designers nicht so recht entsprechen will. Man findet bei ihnen weder jenes faustische Ringen um die richtige Form, die eine vorgegebene Funktion in optimaler Weise erfüllen könnte, noch jenes monatelange Tüfteln an einer was-weiß-ich-wie ausgeklügelten Konstruktion, das selbst zeitgenössischen Designern von einem sie bewundernden Publikum gerne — und manchmal mit Recht — unterstellt wird. Man stößt bei ihnen auch auf keine durchgängige, unverwechselbare gestalterische Handschrift, aus der sich so etwas wie ein Markenzeichen generieren ließe. Manierierte Extravaganzen sind ihnen meist ebenso fremd, wie ein (vordergründig) marktgerechtes, Mainstream-orientiertes Styling. Entsprechend sperrt sich ihr Schaffen gegen jede vorschnelle Etikettierung und Einordnung.

Für Vogt + Weizenegger beschränkt sich der Beruf des Designers nicht auf die Rolle des Form(er)finders, oder — wenn man es bescheidener ausdrücken will — des Formsuchers. Vielmehr begreifen sie sich als Forscher, als Experimentatoren, als Ideenentwickler, Anreger, Katalysatoren, Organisatoren und Netzwerker. Sie analysieren die heutigen Bedürfnisse, sie hinterfragen mitunter radikal das Gewohnte und Althergebrachte, sie suchen das Zeitgemäße, das Zukunftweisende und Zukunftsfähige — allein, oft aber auch in Zusammenarbeit mit Kollegen und Freunden. Dabei kommt ihnen ein hoch entwickeltes Sensorium für Zeitströmungen zu Gute, ein wacher Sinn für die akuten Fragen und Probleme der Gestaltung sowie für gesellschaftliche, wirtschaftliche und technische Entwicklungen und deren potenzielle Auswirkung auf unser Leben. Die klassischen Grenzen der Disziplinen kümmern sie nicht, denn in Grenzüberschreitungen sehen sie ein großes Potenzial für Ideenentwicklung und Innovation. Sie interessieren sich für Kunst, Architektur, Grafik, Mode, Fotografie genauso wie für neue Materialien, neue Technologien, neue Vertriebsmöglichkeiten und -wege.

Gerade weil sie nicht allein auf die gestalterische Entwurfsarbeit im engeren Sinn fokussiert sind, ist eine Stadt wie Berlin, die lange Zeit schwerlich als Designmetropole gelten konnte (wenn sich das mittlerweile geändert hat, so haben Vogt + Weizenegger daran wesentlichen Anteil), ein guter Platz für sie. Die Großstadt als Zukunftslaboratorium, wo sich gesellschaftliche Entwicklungen und Trends früher und deutlicher abzeichnen als sonst irgendwo im Land, bietet ihnen ein ideales Umfeld für ihre Forschungen und Experimente. Und mit der erfolgreichen Lancierung des Designmai haben sie es geschafft, ihrer Profession einen festen Platz im kulturellen Diskurs der Stadt zu sichern. Dieser Veranstaltungs- und Ausstellungsreigen ist ein Ereignis ganz nach ihrem Geschmack: Er bringt Design ins Gespräch, nicht als abgehobene Gestaltungskunst, sondern als ein Thema, das alle betrifft, das unseren Alltag wesentlich mitprägt.

Weit gespannt wie ihre Interessen, wie ihre Neugierde und wie ihr Horizont, ist auch die Palette ihrer Arbeiten. Die Spannweite reicht von Geschirr, Spielzeug und Schmuck

BY MATHIAS REMMELE

Anyone studying Oliver Vogt and Hermann Weizenegger will soon realize that they're far removed from the popular clichés of what designers are supposed to be like. Their work displays none of the Faustian struggle for the form that's ideal for a given function or the endless tinkering on fiendishly ingenious designs attributed to even contemporary designers (sometimes correctly) by an admiring public. Vogt + Weizenegger's work does not have a uniform, distinctive style or trademark to it. There's no affected extravagance or mainstream styling geared primarily to the market in their output. Accordingly, their works reject premature labelling and classification.

As far as V + W are concerned, the designer's brief doesn't stop at finding, inventing or (to put it more modestly) seeking forms. Instead, they see themselves as researchers, experimenters, developers of ideas, stimulators, catalysts, organizers, networkers. They analyse current needs, they question (at times radically) conventional ideas and traditions, they seek out budding opportunities and the contemporary, the futuristic — sometimes alone, sometimes in partnership with colleagues and friends. V + W benefit from a sixth sense for trends, for the acute questions and problems of design — and for developments in society, business and technology, including their potential impact on our lives. Exercising a healthy disregard for the boundaries between disciplines, in their view crossing these boundaries harbours enormous potential for the development of pioneering ideas. V + W are just as interested in art, architecture, graphics, fashion and photography as they are in new materials, new technologies and new sales channels.

Precisely because they choose not to focus on design work in the narrow sense, Berlin is a great place for V + W. Once hardly noticed as a city of design, the fact that this has now changed is largely due to V + W. With the city carving out a function for itself as a futuristic laboratory where social development and trends are noticeable before they catch on elsewhere in the country, Berlin makes an ideal setting for V + W's research and experiments. And with the successful launch of DESIGNMAI, they have secured a permanent place for their profession in the city's cultural debate. This collection of events and exhibitions is right up their street. It gets people talking about design — not as an art form out of touch with the real world but as a topic that concerns everybody and helps to shape our everyday lives.

V + W's wide range of interests, broad curiosity and horizons are reflected by the diversity of their work. It ranges from china, toys and jewellery to furniture, interior design, shop design and corporate design projects to scenarios for eras far in the future. Categorizing their designs is very tricky. Sometimes they seem simple, unpretentious, straightforward, practical and well thought-out; sometimes they're more playful, funny, original and even wild. But one thing they nearly all have in common is their remarkably anti-elitist element.

Behind each of V + W's products is an unconventional (but usually clearly identifiable) idea or sometimes a whole

M ////////// PAGE 146/147 ////////// DER INDEX-RAUM // SEITE 146
ION ROOM ////////// PAGE 146/147 ////////// DER INDEX-RAUM // S