

Der Hocker ist klein und rund, hat drei Beine und erinnert verdächtig an den berühmten „Stool 60“, den der Architekt Alvar Aalto 1933 für die finnische Firma Artek entwarf. Also, was ist hier die Neuigkeit? „Nur ein minimaler Twist, aber er wird dazu führen, dass deutlich weniger Bäume gefällt werden“, erklärt Simone Farresin in ausgezeichnetem Englisch. Farresin ist die eine Hälfte des Designerduos von Formafantasma. „Design ist nicht nur, was du tust, sondern vor allem, wie und warum du es tust“, fügt er hinzu, während er der Studio-Hündin Terra Frühstück in den Napf gibt. Die pastellfarbene Umgebung, das sanfte Licht und die Teppiche sollten nicht falsch verstanden werden. Hier geht es ums Ganze.

Formafantasma (grob übersetzt: „Geisterform“) zählt zu den progressiven, radikalen, vielleicht sogar philosophischen Designstudios dieser Zeit. Farresin gießt noch einer einsamen Hortensie Wasser in die Vase und nimmt schließlich Platz. Er kommt auf den kleinen Hocker zurück – der doch tatsächlich von Alvar Aalto stammt, oder? „Natürlich. Aber dieser Hocker, der früher nur aus makellosem, hellem Birkenholz gefertigt wurde, weist jetzt Merkmale wie Astlöcher oder Spuren von Insekten auf. Das ist neu. Wir haben die Auswahl des Holzes, das Artek für das Möbel verwendet hat, stark erweitert. Im Ergebnis bedeutet das, dass nur noch halb so viele Bäume gefällt werden.“

Der berühmte Hocker in seiner neuen Version „Villi“ (Finnisch für „wild“) ist typisch für das Denken und Vorgehen dieses Studios, das 2009 in Amsterdam gegründet wurde. Farresin und sein Studio- und Lebenspartner Andrea Trimarchi – der eine aus Vincenza im Norden Italiens, der andere aus Sizilien – lernten sich während ihres Studiums in Florenz kennen. Sie gingen gemeinsam nach Holland, um an der berühmten Design-Akademie in Eindhoven zu studieren. Dort entwickelten sie ihren forschungsbasierten Ansatz, der weit über das eigentliche Produkt und seine Ästhetik hinausreicht. „Wir hatten tolle Dozenten in Eindhoven, die uns beibrachten, dass der Grund, weshalb etwas Bestimmtes produziert wird, viel wichtiger ist als das Objekt selbst. Das war so erfrischend und genau das, wonach wir suchten“, erinnert sich Farresin, „auch wenn die Holländer in ihrer Kritik manchmal gnadenlos direkt sind. So unverblümt, das grenzt mitunter schon an Dreistigkeit.“

Nach Abschluss des Studiums arbeiteten Farresin und Trimarchi mit internationalen Auftraggebern zusammen und entwickelten unter anderem das Design für eine große Barock-Ausstellung im Amsterdamer Rijksmuseum. Auch an „Caravaggio-Bernini. Barock in Rom“ lässt sich ablesen, wie die beiden vorgehen: Anstatt die Gemälde und Skulpturen – wie üblich – vor einem dunklen Hintergrund und mit theatralischer Beleuchtung zu präsentieren, verwendeten Formafantasma eine zeitgenössische Auswahl von Nuancen, die zu Zeiten des Künstlers so nicht existierten. So ließen sie die Ausstellungsstücke hervortreten und neu sprechen. Radikale Ideen in einen Kontext einbringen, der eher nicht radikal ist, dafür braucht es die



Kreative Partner:
Andrea Trimarchi
(links) und Simone
Farresin (rechts)
von Formafantasma

VON GEISTERHAND

Sinn & Verstand

Das italienische Designerduo Formafantasma verbrachte prägende Jahre in den Niederlanden. Dort entwickelten sie eine radikale künstlerische Sprache. MAJA GRONINGER besuchte sie in Mailand



Alt und neu: Der Hocker „Stool 60“ von Alvar Aalto, neu interpretiert von Formafantasma

richtigen Partner. Das Design-Duo gibt zu, dass es sich, trotz einer Reihe erfolgreicher Kooperationen, in einem schwierigen Spannungsfeld zwischen ihrem klaren Designansatz und einem nicht immer aufgeschlossenen Kundenkreis bewegt. „Was wir tun, ist manchmal unangenehm, aber auch sehr aufregend“, sagt Farresin. Er ist sich bewusst, dass sich der eine oder andere Designer-Kollege gelegentlich auf den Schlips getreten fühlt, wenn sie die eigene Zunft als „Zukunftsmüll produzierend“ bezeichnen, weil sie die Menschheit dazu bringt, Sachen zu kaufen, die neuer, schneller, eleganter oder begehrenswerter sind als die Dinge der jüngsten Vergangenheit. Was ist das also für eine Ästhetik, die Formafantasma in die Welt bringen, wenn sie sich – wie 2012 geschehen – mit einer Köhlerin in den Wald begeben, um dort eine Serie von Gefäßen zu verkohlen, oder für das Nationalmuseum in Oslo eine Ausstellung konzipieren, die sich mit der Geschichte und den globalen Auswirkungen von Wollproduktion und Schafzucht beschäftigt? Es ist eine Ästhetik der Nachhaltigkeit, die zum Nachdenken anregt. Bleibt die Frage, ob es wirklich immer einen prominenten Namen, ein neues Label braucht, um dem Käufer klarzumachen, dass ein paar Astlöcher kein Weltuntergang sind. „Ich fürchte schon“, bestätigt Farresin, der sich ganz klar in der Rolle des Vermittlers sieht. „Der Anspruch an Perfektion ist zwar nicht realistisch, wenn es um Produkte aus natürlichen Materialien geht, aber wir haben uns allgemein gedanklich so weit von der Natur entfernt, dass wir einen Aufhänger brauchen.“

Nach dreizehn Jahren in Holland und einem Lehrstuhl im Master-Studiengang Geo-Design sind Formafantasma vor Kurzem nach Italien zurückgekehrt. Die Tatsache, dass viele ihrer Kunden hier ansässig sind – gerade haben sie die kreative Leitung der venezianischen Rubelli-Gruppe übernommen –, trug zu der Entscheidung bei. Und „dass wir in den Niederlanden nie vollständig integriert waren“, wie Farresin es beschreibt. „Teilweise haben wir uns das selbst zuzuschreiben, wir haben nie die Sprache gelernt. Was uns aber auch gestört hat, war dieser ausgeprägte Nationalismus, der dort im Design herrscht. Es wurde zu einer ständigen Übung, zu entscheiden, welche Art von Entwurf holländisch ist und welcher nicht, und damit auch, was gut ist und was nicht.“ Dass Farresin und Trimarchi sich davon nicht beeindrucken ließen, wird in ihrer Arbeit sichtbar, für die sich auch bekannte Luxusmarken wie Cartier oder Prada begeistern. Ihre Fähigkeit, sich dem System zu widersetzen, zu dem sie gehören, ist begrenzt und Farresin ist klug genug, das zu wissen: „Es sind oft die unsichtbaren, scheinbar einfachen Dinge, die einen großen Unterschied machen.“ Ein paar Astlöcher in Kauf zu nehmen könnte ein Anfang sein.



CLAUDIA ZALLA (4); MARC EGGIMANN; EDDO HARTMANN; LUDGER PAFFRATH



Ins Grüne: Für die Ausstellung „Garden Futures“ im Vitra Design Museum entwarfen sie etwa Schaufeln für Gerätschaften



Gut gewickelt: Für Kieffer, eine Wohnstoffe-Marke der Rubelli-Gruppe, entwickelten sie gerade ein Kampagnenmotiv

Barock im Rijksmuseum: 2020 gestaltete das Duo die Schau „Caravaggio-Bernini“