

## LUXUS!? – AFFIRMATION UND KRITIK

### Geld? Zeit? Handwerkskunst? Design? Verknappung? Genuss?

>> von Michael Throm, Thomas Hensel, Birgit Meyer und Jan Of > Als eine der Institutionen, deren Wurzeln auf der Ansiedelung der Schmuck- und Uhrenindustrie im Jahr 1767 gründet, würdigt die Fakultät für Gestaltung an der Hochschule Pforzheim im Rahmen des 250jährigen Schmuckjubiläums der Stadt diese historische und weitsichtige Initiative des damaligen Markgrafen, Kurfürsten und Großherzogs Karl Friedrich von Baden mit vielfältigen Veranstaltungen unter der Überschrift „LUXUS!?“.

Die Bezeichnung „LUXUS!?“ beinhaltet ganz bewusst ein Ausrufezeichen und ein Fragezeichen: Luxus als Statement, als nach außen gerichtete Aussage aber gleichzeitig auch als kritische Hinterfragung.

Studierende nahezu aller Studiengänge der Fakultät für Gestaltung setzten sich im Sommersemester 2017 in ihren jeweiligen Projekten in vielgestaltiger Weise mit diesem Themenkomplex auseinander, teilweise auch in Kooperation mit namhaften Pforzheimer Unternehmen der Luxusgüterindustrie. Am Ende des Semesters wurden die Arbeiten im Rahmen einer Designwoche der Öffentlichkeit präsentiert.

Ausgangspunkt dieses besonderen Halbjahres war eine zweitägige, hochschulinterne Auftaktveranstaltung zum Thema LUXUS!?, anlässlich derer vielfältige und versierte Referentinnen und Referenten aus Wissenschaft, Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft ihre individuellen Perspektiven zu LUXUS!? darlegten.

Von Seiten der Hochschule Pforzheim führten der Dekan der Fakultät für Gestaltung, Professor Michael Throm, und Professor Dr. Jan Of in die Veranstaltung ein, Professorin Dr. Katja Rade von der Fakultät Wirtschaft und Recht erweiterte sie fakultätsübergreifend, und Professor Dr. Ulrich Winko von der Hochschule Kaiserslautern umriss die Welt der Philosophie im Kontext des Luxus.

Georg Wellendorff, geschäftsführender Gesellschafter der „Wellendorff Gold-Creationen GmbH & Co. KG“, Valentin von Arnim, geschäftsführender Gesellschafter der „Iris von Arnim GmbH“, Markus Benz, Vorstandsvorsitzender der „Walter Knoll AG“, und Dr. Daniel Langer, CEO des amerikanischen Luxusgüterberatungsunternehmens „ÉQUITÉ“ konnten aus dem Bereich der Wirtschaft für einen Beitrag gewonnen werden und referierten über ihre Unternehmen und Themen wie den ‚Luxury-Price-Index‘, den ‚Meisterkreis‘ und ‚Comité Colbert‘, den Unterschied zwischen ‚Erbauungsnutzen und Geltungsnutzen‘ oder ‚Luxusfashion in der Nische‘.

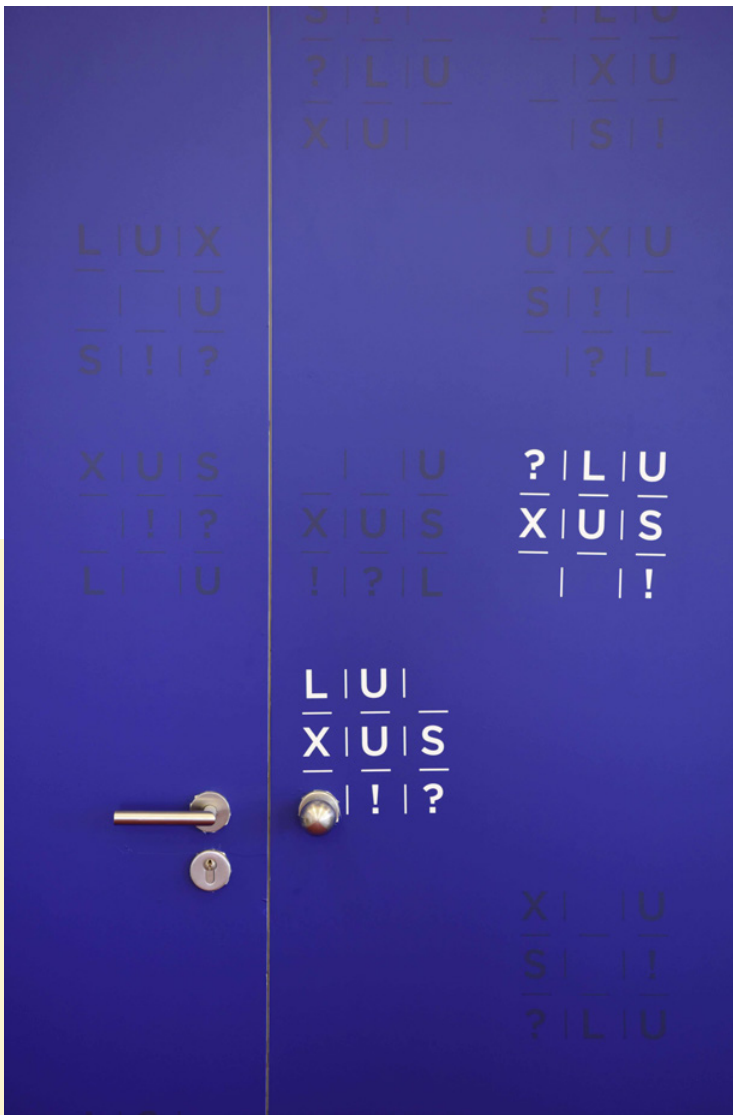
Tim Kern, Chefdesigner der „HEAD Sport GmbH“, Gabriele Ganter, Chefdesignerin der „Chopard – Karl Scheufele GmbH & Co. KG“, und Dominik Hegemann, Assoziierter bei der „ATELIER BRÜCKNER GmbH“, bereicherten die Veranstaltung aus gestalterischer Perspektive, beleuchteten Designprozesse oder präsentierten exorbitant gestaltete Produkte, Objekte und Architekturen.

Aber auch kritische Ansätze kamen nicht zu kurz: So gewährten Professor Dr. Thomas Dienberg, Pater im Orden der Kapuziner, Konsumverweigerer und Sociopreneur Raphael Fellmer und Markus Abschütz, Verkäufer der Karlsruher „Straßengazette“, bereichernde und berührende Einblicke in das, was für sie Luxus ist. Sie sprachen über Franz von Assisi, Papst Franziskus und die Relevanz von Symbolen undhaltungen, mahnten den bewussten Umgang mit Ressourcen an oder erzählten ganz persönliche Lebens-

>  
Gäste der Vernissage: Rektor Ulrich Jautz und Professor Rudi Kurz aus der Fakultät für Wirtschaft und Recht.

Foto:  
Christa Wehner





<

Foto: Harald Koch

↳

Professor Dr. Thomas Hensel mit dem Lego-Porsche im „Kinderzimmer“ der von ihm kuratierten Ausstellung.

Foto: Christa Wehner

geschichten etwa über den Luxus, einmal zwei Tage ohne Verlustängste ausruhen zu dürfen.

Beiträge zu Kulinarik und Sport rundeten die Veranstaltung ab; Bertram Haak, Marketingleiter der „Kessler Sekt GmbH & Co. KG“ und Deutschlands einzige Zweisterneköchin Douce Steiner sprachen vom Wert guten Essens und Trinkens und aktivierten in ihren Beiträgen die Gaumenfreuden. Die Personaltrainerin Sonja von Opel zeigte Wege auf, überflüssige Pfunde loszuwerden und stellte die Frage, inwiefern ein gesunder Körper und der erlaufene Weg dorthin auch Luxus seien.

Mit freundlicher Unterstützung der „Walter Knoll AG“ schufen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen mit den Studierenden der Fakultät für Gestaltung eine exklusive Lounge-Umgebung, die von allen Beteiligten sehr gerne genutzt wurde und der Auftaktveranstaltung einen wunderbaren Ort zum Austausch gab.

Als weiteren Beitrag im Rahmen des „LUXUS!?“-Semesters veranstaltete die Fakultät gemeinsam mit dem Kunstverein, dem Kulturamt der Stadt und dem Bereich Kreativwirtschaft (Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim (WSP/EMMA) eine Ausstellung zum Thema „LUXUS!?“ – Positionen zwischen Opulenz und Askese“, die von Professor Dr. Thomas Hensel (HS PF) und Bettina Schönfelder (Kunstverein Pforzheim) kuratiert wurde. Die Ausstellung gastierte im neu geschaffenen Design- und Projektraum der Stadt Pforzheim, dem Alfons-Kern-Turm.

Die Ausstellung „Luxus!?“ thematisierte in diesem Turm historische, zeitgenössische und zukünftige Konzepte von Luxus, dachte Materielles genauso wie Immaterielles und bewegte sich im Spannungsfeld des bewusst gesetzten Ausrufezeichens und Fragezeichens hinter dem Begriff ‚Luxus‘: Affirmation und Kritik. Im Dialog miteinander bewegten sich Konsumgüter und Werke der bildenden Kunst zwischen den Polen „mehr ist mehr“ und „weniger ist mehr“.

Auf der ersten Ausstellungsebene demonstrierte ein ‚Baukasten‘, wie aus gewöhnlichen Alltagsgegenständen Luxusgüter gemacht werden können. Im angrenzenden Raum war eine ‚Mini-Welt‘ inszeniert, die das Kinderzimmer als Spielwiese und früh

>



^  
oben: Bilder einer  
Ausstellung.  
Foto: Tanya  
Trybunalo

unten: Die welt-  
größte Rube Gold-  
berg-Maschine im  
Alfons-Kern-Turm.  
Foto: Christa  
Wehner

wirksame Konditionierungszone für den Luxuskonsum reflektierte.

Das zweite Ausstellungsgeschoss arbeitete den Trend hin zu De-Branding und „Hidden Wealth“ („Markenverweigerung‘ und ‚Verborgener Reichtum‘) heraus und zeigte exemplarisch am Grundstoff Wasser ganz widersprüchliche Vorstellungen von Luxus auf.

Auf der dritten Ausstellungsebene griff eine Rube Goldberg-Maschine als Höhepunkt der Ausstellung Raum: In über 500 Arbeitsschritten produziert diese Maschine Kettenreaktionen wie bei einem überdimensionierten Domino-Spiel. Die Prozesse wurden von Studierenden des Studiengangs Maschinenbau unter der Leitung von Professor Dr. Reiner Häberer entwickelt. Die Maschine ist nicht nur die weltweit größte und als solche eine Anwärterin für das Guinness-Buch der Rekorde, sondern auch ein Paradebeispiel für die berühmten, einen Begriff von ‚Luxus‘ prägenden Worte des Soziologen und Volkswirtes Werner Sombart: „Luxus ist jeder Aufwand, der

über das Notwendige hinausgeht.“ Das Ziel der Kettenreaktionsmaschine ist das Anheben eines Toiletendeckels.

Ein leerer Raum, der für Live-Aktionen reserviert war, markierte das Ende des Ausstellungsparcours. Hier fanden verschiedene Workshops und Zeremonien statt, die auf Entschleunigung und Vereinfachung zielten.

Im Rahmen des vom Bundesverband Schmuck + Uhren und Goldstadt 250 geförderten Symposiums stellten herausragende Gestalter, Wissenschaftler, Künstler, Berater und Kulturtheoretiker ihre künftigen Luxus-Konzepte vor. Konzipiert wurde das Symposium von Professor Dr. Thomas Hensel unter Mitwirkung von Professor Dr. Jan Of und Dr. Robert Eikmeyer, moderiert von Dr. Susanne Kaufmann (SWR2).

Was ist der Luxus der Zukunft: Geld? Zeit? Handwerkskunst? Design? Verknappung? Genuss? Wäre es beispielsweise luxuriös, sich ein Bentley Mark VI kaufen zu können? Oder überhaupt die Zeit zu haben, den Oldtimer zu fahren? Liegt der Genuss darin, dass dieses Auto kein Massenprodukt ist? Und ein exklusives Design hat? Oder in dem Wissen, wie aufwändig es war, ihn herzustellen? Wir leben in einer Welt von Dingen, die sich so ähnlich sind, dass nur noch das Marketing sie unterscheidet. Beschleunigte Produktionszyklen – wie in der Mode – und Wegwerfartikel verändern die DNA luxuriöser Dinge. Wie sehen künftige Kostbarkeiten aus?

Diese und noch viel mehr Fragen wurden präsentiert, beantwortet und diskutiert von dem Künstler und Kunsttheoretiker **Bazon Brock**, emeritierter Professor für Ästhetik und Kulturvermittlung Bergische Universität Wuppertal, **Professor Dr. Oliver P. Heil**, Direktor des Center for Luxury Research an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz und Co-Autor von *Luxury Marketing & Management* (2015), **Professor Dr. Thomas Hensel**, Lehrstuhl für Kunst- und Designtheorie an der Fakultät für Gestaltung in Pforzheim, dem Co-Kurator der Ausstellung „Luxus!“ sowie **Zaim Kamal**, Kreativdirektor des deutschen Unternehmens Montblanc. Die klassischen Schreibgeräte werden in über 100 Arbeitsschritten aufwändig in Hamburg produziert. Durch den weißen Stern auf der Verschlusskappe erhielten die Füllfederhalter ein unverwechselbares Design. Zum Portfolio gehören inzwischen weitere Lifestyle-Produkte wie Schmuck und Taschen.

**Thorben Kochs** ist Designer beim Automobilhersteller Bentley Motors United und Alumnus der Hochschule Pforzheim. Zusammen mit Rolls Royce stehen Bentley-Fahrzeuge für klassische englische Luxus-Automobile. Etliche Modelle sind zu Legenden mit eigenen Clubs und Zeitschriften geworden. Der Dienstwagen der englischen Königin ist eine moderne Limousine von Bentley, von der es insgesamt nur zwei Exemplare gibt.

**Dr. Olaf Nicolai** ist Konzeptkünstler, Germanist und mehrfacher Teilnehmer der Kunstausstellung *documenta*. Ausgezeichnet mit bekannten Preisen und Stipendien wurden seine Arbeiten bereits im MoMA gezeigt. Nicolai stellt in seiner Kunst

feinsinnige Betrachtungen zu Luxus-Marken und -Märkten an.

**Wilhelm Rieber**, Uhrmachermeister, genannt „Magier der Uhren“, fertigt exklusive Armbanduhrer mit einem ‚fliegenden Tourbillon‘ (franz. für Wirbelwind) ausschließlich in Handarbeit. Die Herstellung ist überaus kompliziert und dauert mehrere Monate. Dabei wiegen die rund 80 Bauteile des Tourbillons nicht einmal ein ganzes Gramm.

**Andreas K. Schlittenhardt** ist Geschäftsführender Gesellschafter der Döttling GmbH. Die Firma aus Sindelfingen gestaltet „die edelsten Tresore der Welt“. Für Döttling hat unter anderem Karl Lagerfeld den Luxus-Safe „Narcissus“ designt.

**Greta Taubert**, die junge Journalistin aus Leipzig, schreibt unter anderem für DIE ZEIT und das SZ-Magazin. 2016 erschien ihr Buch „Im Club der Zeitmillionäre“, das sich mit zeitlicher Freiheit als einer anderen Art von Reichtum beschäftigt.

**Professor Dr. Wolfgang Ullrich**, Autor von „Siegerkunst. Neuer Adel, teure Lust“ (2016), beschreibt Kunst als Statussymbol der Reichen, Erfolgreichen und Mächtigen. Der freie Künstler sei nicht mehr frei, sondern bediene die Bedürfnisse weniger Sammler nach repräsentativer Exklusivität.

**Christoph Wellendorff** ist Geschäftsführender Gesellschafter des Schmuckherstellers „Wellendorff Gold-Creationen GmbH & Co. KG“. Das Unternehmen wurde vor über 120 Jahren in Pforzheim gegründet. Markenzeichen sind das Brillant-„W“ sowie die Seidenkordel aus 18-karätigem Golddraht.

**Professor Dr. Lambert Wiesing**, Lehrstuhl für Bildtheorie und Phänomenologie an der Friedrich-Schiller-Universität in Jena. Autor des Buches Luxus (2015).

Alle Veranstaltungen, Diskussionen, Erkenntnisse, Studierendenprojekte und die Ausblicke auf weitere Aktivitäten im Rahmen des LUXUS!?!-Semesters zeigten auf, dass Luxus und Design einerseits historisch eng mit der Stadt und der Hochschule Pforzheim verbunden sind, andererseits aber auch vielversprechende Blickwinkel, Potentiale und Zukunftsperspektiven für Hochschule, Stadt, Region sowie Wirtschaft bieten und Lust machen, diese Themen in die Zukunft zu führen und zu einem Alleinstellungsmerkmal auszubauen und zu entwickeln.

Hochlohnländer wie Deutschland und Baden-Württemberg dürfen sich einer Diskussion um Produkt und Verantwortung, Chancen und Risiken von Luxusprodukten und Luxusmärkten – mit allen Facetten und Implikationen – nicht entziehen. Dieses Spannungsfeld loteten Referenten, Projektbegleiter und Veranstaltungsmacher und nicht zuletzt die Studierenden der Fakultäten für Gestaltung und Technik aus, die im Verlauf eines Semesters die Auswirkungen des Begriffs Luxus erfahren und in Projekten interpretiert haben.

Ein großes Geschenk für die Stadt Pforzheim zum 250. Gedenken der Verleihung von Privilegienrechten in einem schon damals wahrhaft luxuriösen Markt.

<b>Michael Thom</b> ist Professor im Studiengang Visuelle Kommunikation und Dekan der Fakultät für Gestaltung.
<b>Dr. Thomas Hensel</b> ist Professor für Kunst- und Designtheorie.
<b>Birgit Meyer M.A.</b> ist Pressereferentin.
<b>Dr. Jan Of</b> ist Professor für Kreativwirtschaft an der Fakultät für Gestaltung.



<  
Foto: Tanya Trybunalo