

1. SEHNSUCHT NACH EINFACHHEIT

Heute ist vieles komplex, so komplex, dass wir uns zunehmend nach Einfachheit sehnen. Doch wenn wir vor Konzepten der Einfachheit stehen und die Komplexität vermeintlich überwunden ist, eröffnet sich die weitreichende Frage, ob es etwas Komplexeres gibt als Einfachheit. Eine Frage, die gerade heute, da die Forderungen nach Formen der Einfachheit immer vielfältiger werden, auf eine Antwort wartet. Was ist »einfach«, und lässt sich Einfachheit nur vor dem Tableau der Komplexität begreifen? Die Frage nach der begrifflichen Bedeutung und das immense Bedürfnis nach Einfachheit sind keineswegs neue Phänomene, denn insbesondere in den ästhetischen Debatten hat die Idee der Einfachheit eine lange Tradition.

»Kaum etwas bewegt uns mehr als die Sehnsucht nach Einfachheit«, so beginnt Jürgen von Rutenberg 2010 seinen Artikel *Lob der Einfachheit. Simple Minds*. Mit der Analyse der hysterischen Erwartung des ersten iPads in Deutschland hält er fest, dass die sich überschlagende Begeisterung über das Erscheinen eines Computers, der weniger kann als jeder bessere Laptop, um ein entscheidendes Phänomen kreist – um die Einfachheit.¹ In den vergangenen zehn Jahren hat sich wenig an der Begeisterung für die Neuerscheinungen der Apple-Produkte geändert. Jährlich stehen bei der neuen Produktpräsentation die Einfachheit, Schlichtheit und simple Bedienung, Kennzeichen, mit denen Apple groß geworden ist, im Vordergrund. Ein extrem reduziertes Design und eine klare Benutzeroberfläche als Alternative zu einer Technologie, die vielen Menschen zu kompliziert geworden ist, gelten als Welterfolg. Mit Steve Jobs wurden der Expertencomputer und die alte Unübersichtlichkeit verbannt. Als Jobs letztes großes Produkt der neuen Einfachheit gilt der 2017 eingeweihte Apple Park im kalifornischen Cupertino. Die Erweiterung des neuen Hauptsitzes wurde von Norman Foster entworfen und steht ganz

1 Vgl. Rutenberg, 2010, S. 1f.

im Zeichen einer architektonischen Einfachheit. Nach der Eröffnung des riesigen gläsernen Rings aus Büros (Infinite Loop mit 461 Metern im Durchmesser) und des ebenfalls kreisrunden, übergroßen gläsernen Auditoriums (Steve Jobs Theater) wurde im November 2018 mit dem Besucherzentrum (Apple Park Visitor Center) die Campuserweiterung vorerst abgeschlossen. Auch hier lassen abgerundete gläserne Fronten Innen und Außen verschwimmen. Schlichte Holztische, die perfekt geometrisch aufgestellt sind, verbergen all die unordentlichen Kabel- und Steckdosenleisten der technischen Geräte und symbolisieren die Schlichtheit des Ausstellungsraumes. Alles wirkt klar, griffig und pur, sodass den Produkten das Feld der Aufmerksamkeit überlassen wird. Die Reduktion in der Produktgestaltung setzt sich in einer auf das Wesentliche konzentrierten Produktpräsentation fort, sodass Produkt, Design und Architektur im Verkaufsraum verschmelzen.

Als Rutenberg 2010 versucht, die Hysterie um das erste iPad zu begreifen, hat er noch nicht geahnt, dass wenige Jahre später mit einem Visitor Center ein Anlaufpunkt geschaffen wird, der Besucher aus der gesamten Welt anzieht. Im Grunde wird auf dem Campus im großen Maßstab das wiederholt, was das erste iPad und die anderen Computermodelle im Kleinen längst etabliert haben: vollkommene Reduktion auf Form und Funktion. Die Antwort auf Rutenbergs Frage, warum gerade das iPad ein starkes Streben nach Einfachheit sichtbar werden lässt, dürfen wir wohl auch auf die Frage übertragen, warum ein Firmencampus zum Besucherhotspot wird: aller Klage über komplizierte Zeiten zum Trotz wird in der Vereinfachung ein Ausweg gesucht, der sich über die Sehnsucht nach einfachen Designprodukten sichtbar manifestiert.² Produkte dieser Art liefert nicht nur Apple. Als weiteres Beispiel für die Forderung nach Einfachheit führt Rutenberg die japanische Ladenkette MUJI an, die weltweit mit ihren minimalistischen Designobjekten für den Alltagsgebrauch expandiert. Mujirushi Ryohin, oder abgekürzt MUJI, heißt so viel wie ›keine Marke, hochwertige Produkte‹. Die kunstvolle Armut, wie sie der Osten in der Philosophie verehrt, verbindet sich bei MUJI mit westlicher Materialspiritualität. MUJIs Produkte, die nach Selbstauskunft der Kette in durchrationalisierten Herstellungsprozessen entstehen, sind einfach gehalten. Ihre Schlichtheit und Leere ergeben eine Universalität, die die Gefühle und Gedanken vieler Menschen umfassen soll. Während das Phänomen des Minimalismus ein Hauptmerkmal der westlichen Moderne im 20. Jahrhun-

2 Vgl. Rutenberg, 2010, S. 3.

dert bildet, kennt die japanische Kultur die »erfüllte Leere«³ und die »kunstvolle Einfachheit« schon seit dem 12. Jahrhundert als anerkanntes Gestaltungsprinzip. Die Reduktion auf das Wesentliche und das Anstreben von Schönheit durch natürliche Einfachheit galt bereits als Ideal der Zen-Philosophie und wird u.a. von der japanischen wabi sabi-Ästhetik⁴ sehr viel früher als in westlichen Kulturen in Kunst- und Lebensphilosophien aufgegriffen. Auch wenn Japan schon früh eine ausgeprägte Sensibilität für die Ästhetik der Einfachheit bietet, kommt den Überzeugungen der Verfeinerungsprozesse durch Zurückhaltung heute vielleicht mehr Beachtung zu als je zuvor. MUJIs Vermarktung der japanischen Designphilosophie mit Zen-Charakter lässt sich die reduzierte IKEA-Ästhetik an die Seite stellen, die als Standard des skandinavisch-schlichten Geschmacks eine Massenwirkung erreicht hat, von der die bereits sehr erfolgreichen Avantgardisten im Bauhaus zu Weimar vor hundert Jahren nur träumen konnten.

Bemerkenswert ist, dass wir aus der westlichen Tradition heraus bis heute unsere Vorstellungen von der Einfachheit in unvergleichlicher Weise mit den Ideen der Wegbereiter und Vertreter des Bauhauses in Verbindung bringen. Die späte Bauhaus-Phase wurde mit der starken Konzentration auf Funktionalität und die Kollektividee des ästhetischen Gewinns durch Reduktion zum Symbol der 20er-Jahre. Was wir im alten Japan über Jahrhunderte hinweg fest in Kunst und Kultur implementiert finden, wurde in der westlichen Moderne unter den Vorzeichen der Klarheit und Reduktion als revolutionäre

-
- 3 Die japanische Ästhetik ist geprägt von der reinen und essentiellen Leere zwischen den Dingen. Das Bewusstsein für Leere wird im Japanischen als Freiraum für Möglichkeiten angesehen und ist als ästhetisches Stilmittel positiv konnotiert. Die Kürze eines Haiku-Gedichts oder die freien Flächen in der Malerei stellen beispielsweise keinen Mangel, sondern eine bewusste Reduktion dar, durch die der Inhalt mehr Bedeutung gewinnt. Das Nicht-offen-zutage-Treten des Schönen ist elementar. Der leere Raum zwischen den Dingen heißt im Japanischen »Ma« und fungiert als Rahmen, in dem Gegenstände existieren können und besondere Bedeutung erlangen. Die Leere im Sinne von Mangel hat ein gesondertes Wort: »Kuu«. Im Deutschen fehlt die sprachliche Unterscheidung zwischen einer positiven und einer negativen Leere.
 - 4 Die *wabi sabi*-Ästhetik umfasst Charakteristika wie das Unvollendete, Imperfekte oder Unscheinbare und wird oft als »Weisheit der natürlichen Einfachheit« übersetzt. Die Akzeptanz der Unvollkommenheit lässt in der Kontemplation die vollendete Harmonie erkennen und schätzt die Schönheit der Einfachheit. Vgl. hierzu auch Brüderlins Vorwort zum Ausstellungskatalog: *Japan und der Westen. Die erfüllte Leere*, anlässlich der Ausstellung im Kunstmuseum Wolfsburg, 2007-2008 (vgl. Brüderlin, 2007, S. 9-14).

Erfindung des neuen Internationalen Stils gepriesen.⁵ Das Design im *less is more*-Stil, mit seinen schlichten, kubischen Formen und klaren Linien, bleibt über den frühen Erfolg hinaus Sinnbild der Modernität und findet gegenwärtig einen beachtenswerten Peak der Popularität.⁶ Insbesondere mit dem deutschlandweiten Programm zum Bauhaus-Jahr wird anlässlich des hundertsten Jubiläums der 1919 in Weimar gegründeten Kunstschule jüngst resümiert, welche kulturelle Anziehungskraft die Bauhaus-Idee noch für die Gegenwart hat. Die Idee der Massenproduktion von einfachem Mobiliar, wie Marcel Breuer und Ludwig Mies van der Rohe sie mit der Zusammenführung von Kunst und Handwerk verfolgt haben, war schon damals sehr fortschrittlich und erfolgreich. Das reduzierte und puristische Design mit dem Fokus auf geometrische Körper, die auf ihre elementaren Grundformen und -farben konzentriert sind, hat sich jedoch von seinem anfänglich elitären Charme gelöst und gewinnt heute durch Möbel- und Designketten wie IKEA oder MUJI eine weit breitere Rezeption. Die minimalistische und funktionale Ästhetik, die an Prinzipien der Sparsamkeit und technischen Realisierbarkeit orientiert ist, zeigt starke Anziehungskraft, und die programmatische Formel *form follows function* bildet weiter die Entwurfsgrundlage für viele Architekten und Designer. Im hundertsten Jubiläumsjahr wird zum einen verstärkt nach den historischen Entwicklungen der Bauhaus-Lehre gefragt, zum anderen suchen neue Ausstellungen und Vortragsreihen aufzuzeigen, inwiefern sich zahlreiche Konzepte ex- oder implizit in die Kunst-, Architektur- und Design-Bewegungen eingeschrieben haben, sodass sie im Sinne einer Denkschule bis heute unvergleichliche Aktualität aufweisen. Neben dem revolutionierenden Charakter der industriellen Serienfertigung sticht im Fortwirken der Bauhaus-Ideen immer wieder die auf das Eigentliche reduzierte Haltung hervor. Oder wie der Kurator Markus Brüderlin schreibt: »In den letzten Jahren offenbart sich der Hang zum Minimalen immer mehr als ein verlässlicher Strom, der allen Beliebigkeiten der Postmoderne zum Trotz die Nachhaltig-

5 Vgl. Brüderlin, 2007, S. 9.

6 Der Architekt Ludwig Mies van der Rohe warb 1947 mit dem Gebot *less is more* für eine neue, schmucklose Architektursprache, die nicht nur auf jede Form von Ornament verzichtete, sondern auch Grundrisse auf ein einfaches geometrisches Formenrepertoire reduzierte. In der Nachkriegsmoderne erfuhr diese Maßgabe in unterschiedlichen künstlerischen Disziplinen eine starke Konjunktur. Der amerikanische Minimalismus, die Minimal Music, die Konkrete Kunst und die Konkrete Poesie Europas sind nur einige der Beispiele für die zentrale Bedeutung der Einfachheit.

keit des Projektes der Moderne unterstreicht [...].⁷ Für diese Arbeit ergibt sich daraus die Frage, in welcher Verbindung der historisch einflussreiche Innovationscharakter der Reduktion mit der gegenwärtig zunehmenden Sehnsucht nach Einfachheit steht.

Mit der Bauhaus-Ideologie wurde das 19. Jahrhundert, »diese verwirrende Zeit, in der niemand mehr wusste, in welchem Stil die Zukunft gestaltet werden sollte«, überwunden und »auf das Kuddelmuddel folgte die Klarheit«.⁸ Es galt sich von der Last einer unübersichtlich gewordenen Zeit zu befreien: »Der moderne Mensch braucht das Ornament nicht«, schrieb Adolf Loos 1908 in der Streitschrift *Ornament und Verbrechen*.⁹ Die betont schlichte und reduzierte Formensprache gilt seitdem gemeinhin als Erkennungsmerkmal des frühen 20. Jahrhunderts und für die Überwindung des Pluralismus. Die rigide Ablehnung überlieferter Stile und die Hinwendung zur Ordnung sorgen bis heute dafür, dass die Bauhaushaltung mit innovativem Denken der Moderne gleichgesetzt wird. Dabei gibt es für die reduzierte, vom Ornament befreite Formensprache und Einfachheit der Moderne entscheidende Vorläufer, die seltener Beachtung finden, aber nicht weniger interessant für die Frage der Aktualität sind.¹⁰ 2007 zeigt das Deutsche Historische Museum Berlin beispielsweise unter dem Titel *Die Erfindung der Einfachheit* eine Ausstellung zur Ästhetik des Möbeldesigns in der Biedermeier-Ära. Der von Georg Böhlinger herausgegebene Ausstellungskatalog spricht vom »Kult der Schlicht-

7 Brüderlin, 2007, S. 10.

8 Rautenberg, 2012, S. 2.

9 Adolf Loos zit.n.: Böhlinger, 2007, S. 2. Für Loos, den zentralen Protagonisten der Wiener Moderne, ist das Bedürfnis nach Einfachheit das Bedürfnis nach Ermöglichung individuellen Spielraums. Ein »Verbrechen« ist es Loos zufolge, einen Raum so perfekt zu konstruieren, zu dekorieren und zu ornamentieren, dass kein Mensch mehr hineinpasst. Ein einfacher Raum hingegen schafft Spielraum für die individuelle Entfaltung. Loos suchte mit seiner provokativen Kolumne und dem Ruf nach Einfachheit auf die Widersprüche der Wiener Gesellschaft mit ihrer Vorliebe für den Fin de siècle-Überfluss aufmerksam zu machen.

10 Auch die Avantgardisten der De-Stijl-Bewegung in Amsterdam oder die Konstruktivisten in Moskau priesen das Elementare, die Leichtigkeit und Reduktion auf das Elementliche, bevor die Ideen in Weimar zur zentralen Haltung erhoben wurden. Die zahlreichen Neuerscheinungen zum Jubiläum machen jedoch deutlich, dass die reformierende Kraft dieser Reduktionsidee mit der Bauhaus-Bewegung eine anhaltende und internationale Rezeption erfuhr. Siehe u.a. Marion von Osten: *Bauhaus Imaginista. Die globale Rezeption bis heute*; Sandra Hofmeister: *Unser Bauhaus-Erbe sowie die aktualisierte Neuauflage von Magdalena Droste in Kooperation mit dem Bauhaus-Archiv: Bauhaus: 1919-1933*.

heit oder Einfachheit« als Prinzip guter Gestaltung zwischen 1800 und 1830. Mit den Möbel-Exponaten aus der Stilepoche des Biedermeiers wurde eine Verbindung zur Moderne zur Schau gestellt. Kommoden, Tische, Stühle, Sekretäre und Bücherregale, die im Ausstellungskatalog abgebildet sind, könnten jedoch ohne Weiteres auch heute in jeder beliebigen IKEA-Filiale stehen, ohne dass sie fremdartig hervorstechen würden. Mit der Schlichtheit des Biedermeiers wird bereits eine Stilentwicklung forciert, die das Nützliche, Nützliche mit dem Schönen, Einfachen verbindet. Um den Trend in Worte zu fassen, wird im Ausstellungskatalog Goethe aus dem Jahr 1798 zitiert: »Alles ist einfach und glatt, nicht Schnitzwerk oder Vergoldung Will man mehr [...].«¹¹ Mit der Verunsicherung der Höfe durch die Französische Revolution erhält die reduzierte Schönheit fernab vom Prunk ihren Aufwind. Mit der Funktionalisierung der Schlichtheit wird während der Biedermeierzeit die Alltagswelt überwölbt vom reduktionistischen Künstlertum, womit die Rezeption der Einfachheit ihren Einzug in das Private erhält. Das Credo der technischen, ästhetischen und handwerklichen Innovation in simpler und reduzierter Form soll 100 Jahre später von der Bauhaus-Bewegung und letztlich noch einmal 100 Jahre weiter auch von den MUJI-, IKEA- oder Apple-Designern wiederaufgenommen werden. Sind es die Träume hinter dem verheißungsvollen Vehikel der Einfachheit, die gleich geblieben sind? Birgt die Einfachheit eine Zeitlosigkeit der Moderne, so wie es die zahlreichen Ankündigungen im Bauhaus-Jubiläumsjahr programmieren?

Erklärungsansätze für die Triebkräfte hinter der Forderung nach Einfachheit sucht Rutenberg im Folgenden: Der globalisierte Absatzmarkt verlange nach Produkten, die überall ohne besondere Voraussetzungen verstanden und benutzt werden können. Wirtschaftlich harte Zeiten würden zum Weglassen alles Überflüssigen zwingen. Der stärkste Antrieb aber könne der schiere Überdross gegenüber Kompliziertheit aller Art sein: »Die Idee der Einfachheit ist der Rettungsanker in einem Meer immer komplexerer Prozesse und zunehmend unüberschaubarer Funktionalitäten.«¹² Während Komplexität einmal für Fortschritt stand, stehe sie heute für die teuersten, undurchschaubarsten Probleme unserer Zeit, schreibt der Autor David Segal im Mai 2010 in einem Artikel der New York Times: »Now complexity lurks behind the most expensive and intractable issues of our age.«¹³ In Kriegen, Flüchtlings-

11 Goethe, 1996, S. 23.

12 Rutenberg, 2010, S. 2.

13 Segal, 2010.

strömen, Finanzkrisen, Big-Data, Umweltkatastrophen und im Klimawandel sieht Segal komplexe Herausforderungen, die zu einfachen Ausweichbewegungen in alltäglichen Lebensbereichen führen. Die heute gerne angeführten Gründe für die Überforderung mit der Komplexität klingen nach einer auffälligen Wiederholung des melancholischen Modernenarrativs: »zu viele Entdeckungen, zu viele neue Welten, zu viel neue Technik, beschleunigte Zeit, Zeit und Geschichte überhaupt, zu viele Möglichkeiten«¹⁴ bedeuten in dieser Perspektive immer Überforderung mit dem unvermeidbaren Komplexitätszuwachs.¹⁵ Das ästhetische Versprechen einer neuen Einfachheit im Kontrast zu einer zunehmend komplexer werdenden, ausdifferenzierteren und mit der Entfaltung der Individualität vielfältigeren Welt sucht weiter nach Erfüllung. Auch wenn Design-Produkte im Stil der Einfachheit keine Abhilfe schaffen können, zeigt der Ruf nach ihnen doch deutliche Reaktionen auf die komplexer werdende Welt. Gegenentwürfe dieser Art finden sich nicht nur in einfachen Produkten, denn der beobachtete Anklang der Einfachheit lässt sich schnell auch auf andere Bereiche des Alltags im 21. Jahrhundert übertragen:

Ganz gleich ob minimale Architektur,¹⁶ minimale Möblierung,¹⁷ ein minimal ausgestatteter Kleiderschrank, minimalistischer Besitz,¹⁸ minimaler

14 Geulen, 2017, S. 357f.

15 Segals diagnostizierte Überforderung durch Pluralität erinnert stark an das erheblich früher beobachtete Ohnmachtsgefühl der »Neuen Unübersichtlichkeit«, das Jürgen Habermas bereits 1985 mit seiner Gegenwartsdiagnose hervorhob. Habermas' Diagnose der politischen, sozialen und kulturellen »Unübersichtlichkeit« hat, so zeigt Segal, wenig von ihrer ursprünglichen Brisanz eingebüßt.

16 »Build more, buy less: Tiny House goes Bauhaus« – mit diesem Slogan werden seit einigen Jahren Häuser gebaut, die das Leben auf kleinstem Raum zu perfektionieren suchen. Für viele der Bewohner ist das Leben auf minimalem Raum weniger eine Notwendigkeit als vielmehr eine Einstellungsfrage (vgl. BerührungsPUNKTE, 2008, S. 26ff. und Kunsmann, 2008, S. 48ff.).

17 Wohnungen werden von allem überflüssigen Mobiliar und Accessoires entrümpelt, um der Schönheit der wenigen Dinge Raum zu geben – es gilt als besonders schick, minimal eingerichtet zu sein. Der Minimalist hat leere Räume zum klaren Denken, nichts lenkt ihn ab (vgl. Brüderlin, 2007, S. 9).

18 Von car-/bike-/room-sharing, co-working spaces bis hin zu Plattformen wie PeerBy, die das alte Konzept »Teilen mit dem Nachbarn« wiederaufleben lassen – die Ideen zur Vereinfachung der Alltagsbewältigung bei gleichzeitiger Minimierung von Kosten und Besitz sind vielfältig. Traditionelle Konzepte von Eigentum werden abgelöst, und es gilt als erstrebenswert, mehr zu teilen. Der immer größer werdende sharing-Anklang lässt Venture Capitalists ein besonderes Auge auf die neuen Märkte werfen, und Datenanalytiker clustern die Startups in sharing-Kategorien, um erfolgsversprechende Trends vor-

Produkt- und Ressourcengebrauch,¹⁹ minimale Abfallproduktion,²⁰ minimale back to nature- oder basic-Urlaube – Konzepte und Ideen gibt es zahlreich. Das minimalistische Denken und ein einfacher Lebensstil werden heute auf vielfältige Weise erweitert und ausgestaltet. Rutenberg formuliert erste Erklärungsansätze, die komplexen Fragen bleiben jedoch: Warum geht von der Einfachheit eine derartige Faszination aus und warum übt sie in den unterschiedlichsten Lebensbereichen eine so starke Anziehungskraft aus?

1.1 VON DER SEHNSUCHT NACH EINEM »EINFACHEN LEBEN«

Die Internet-Buchhandlung Amazon führt eine lange Liste deutschsprachiger Bücher mit dem Wort »Einfachheit« im Titel. Weiten wir die Suche auf die englische Übersetzung der »Simplicity« aus, wird die Liste mit 10.000 Einträgen²¹ schier endlos. In Deutschland wird im Jahr 2002 der Titel *Simplify your life* zum Dauerbestseller; ein Buch des ehemaligen Pastors Werner Tiki Küstenmacher, das sich vom Entrümpeln der Wohnung bis zum Entrümpeln des Glaubens aufschwingt.²² Es folgen Titel wie *Einfach Leben: Der Guide für*

hersagen zu können (vgl. Wallenstein und Shelat, veröffentlicht in Kooperation mit der BCG, 2017).

- 19 Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit dienen als Stichworte des 21. Jahrhunderts, die zur Reduse-, Reuse-, Recycle-Handhabung auffordern. Mit den drei Restichwörtern, die 2012 zum Motto des deutschen Beitrags zur Architektur-Biennale gewählt wurden, wurde der konzentriert ästhetische mit einem ökologischen Blick auf die Einfachheit verbunden. Ganz gleich ob als Dorf-, Heimat-, Wald- oder Wildnis-Idyll, die zeitgenössisch prekäre Mensch-Natur-Beziehung sowie ökologische Transformationen führen kulturraumübergreifend auch in ästhetischen Diskursen zu alternativen Verhandlungen der Reduktionsfrage.
- 20 Auch hier sind die Ideen vielfältig: beispielsweise recyclebare Verpackungen mit Zero-Waste-Siegel oder verpackungsfreie Supermärkte.
- 21 Stand 21. November 2019: amazon.com, Stichwortsuche »simplicity«, Eingrenzung »books«.
- 22 In den USA hatte Eliane St. James bereits 1994 mit der ersten Ausgabe von *Simplify your life* großen Erfolg, woraus eine regelrechte Vereinfachungsbewegung entstanden ist. Mittlerweile gibt es vier Bücher, die die Themen des Arbeitslebens (*Simplify your worklife*), die innere Einfachheit (*Inner Simplicity*) und das einfache Leben leben (*Living the Simple Life*) behandeln. In Deutschland hat sich der Verleger Rentrop den Titel gesichert, woraufhin Werner Tiki Küstenmacher die deutsche Version von *Simplify your life* herausgebracht hat.