

Pressemitteilung

Berlin/Hamburg, 9. November 2006

Ferran Adrià erhält den Lucky Strike Designer Award 2006 **Auszüge aus der Jury-Begründung**

Ein Koch, warum erhält ausgerechnet ein Koch den begehrten Lucky Strike Designer Award? Innovation war eines der entscheidenden Kriterien für die Jury im Auswahlprozess für den Lucky Strike Designer Award 2006. Vision, Neugier, Detailbesessenheit, Mut und viel Arbeit sind die Zutaten für Innovationen. Ferran Adrià hat als Pionier experimentell Vorgänge und Methoden des Kochens analysiert und neu definiert, um das geschmacklich Beste aus bekannten Rohstoffen herauszuholen. Das Ergebnis ist eine vollkommen neue Form des Kochens und bringt Aromen, Speise- und Geschmacksformen und -kombinationen hervor, die es vorher auf der Welt nicht gegeben hat.

Ferran Adrià bedient sich bei seiner Entwicklungsarbeit der Methoden der Designentwicklung. Es beginnt mit dem Zusammentragen von Informationen und Wissen, gestützt durch Probieren und Erproben, bis das beste Ergebnis erzielt ist. Seinen Designentwicklungsbereich, die Versuchsküche, nennt er zu Recht sein Labor. Klassische Techniken, Speisen zu bereiten, sind für ihn Einschränkungen, die seine kreative Neugier herausfordern. Seine weitere Innovation, klassische Menüs in 25 bis 30 kleine Gänge auszudifferenzieren, jeder nur ein bisschen mehr als ein Biss oder Schluck, ist nur eine gestalterische Dimension. Die geschmacklich und visuell in ihrer Dramaturgie aufgebaute Gangfolge ist eine andere.

Auch das zu jedem Gang und zu jedem spezifischen Geschmack passende Geschirr ist eine Gestaltungsdimension, die keinen Zufall duldet, wie auch die Innenarchitektur, die Lichtgestaltung des Raums und die akustische Begleitung des Essens. Ferran Adrià hat wie jeder gute Designer einen Blick für das Ganze, wenn man so will, die komplette Vision, die alle fünf Sinne in Anspruch nimmt. Er kreiert, gestaltet und produziert seine Produkte aus einer Hand. Nicht Opulenz, sondern die Raffinesse der Reduktion und Einfachheit wird von ihm neu interpretiert. Er ist nicht nur ein Designer des Genusses, sondern auch vielleicht ein bisschen des Glücks.

Ferran Adrià gilt als bester Koch der Welt. Er hat alle Auszeichnungen erhalten, die in seiner Kategorie vergeben werden. Dass er jetzt den Lucky Strike Designer Award als seine wichtigste Auszeichnung ansieht, begründet er damit, dass er endlich als Entdecker und innovativer Gestalter eines ganzheitlichen Produktes anerkannt sei. Nicht besser hätte es die Jury begründen können.

Weitere Informationen: Tel. +49-(0)40-40 33 30
info-germany@raymondloewyfoundation.com **www.raymondloewyfoundation.com**

Raymond Loewy Foundation International

Geschäftsstelle Deutschland: Eppendorfer Weg 111-113, 20259 Hamburg

Telefon: 040-403330, Telefax: 040-4915993, E-Mail: info-germany@raymondloewyfoundation.com

Pressemitteilung

Berlin/Hamburg, 9. November 2006

Ferran Adrià erhält den Lucky Strike Designer Award 2006 **Jury-Begründung**

Die Jury des Lucky Strike Designer Award hat Ferran Adrià zum Preisträger 2006 gewählt.

Die höchstdotierte Designauszeichnung Europas geht an einen Koch!

Dieser Aussage muss ein gedanklicher Absatz folgen, denn sie wird spontan zwei Reaktionen auslösen: Die Kenner der Gourmetszene werden jubeln und sich endlich bestätigt sehen und die Kochkunst befreit vom Makel eines zwar opulenten, aber inhaltlich eher biedereren Handwerks. Die Kenner der Designszene werden aufstöhnen und ungläubig den Kopf schütteln: Ein Koch, warum erhält ausgerechnet ein Koch den begehrten Lucky Strike Designer Award?

Zugegeben, im diesjährigen Vorschlags- und Diskussionsprozess der Jury spielte Ferran Adrià zu Beginn nur eine Außenseiterrolle. Dass er dennoch der Preisträger 2006 geworden ist, verdankt er der Diskussion und Auseinandersetzung in der Jury, die viele Aspekte und Kriterien – wie immer – offen, vorbehaltlos und frei von designintellektuellen Scheuklappen bewertet hat.

Design ist mehr als eine Oberfläche. Design ist nicht nur ein Ergebnis gestalterischer Arbeit, sondern auch ein Prozess, der ziel- und ergebnisorientiert aufgebaut ist und abläuft. Am Anfang steht eine Idee oder Vision, am Ende immer ein Resultat, sei es eine Produktgestalt, eine grafische Gestaltung oder eine mediale Inszenierung. Dass es dabei auch um Ästhetik geht, ist klar. Diese Ebene im Design erschließt sich dem Laien am leichtesten. Sieht es gut aus, ist es schön oder nicht. Diese Ebene ist es auch, die dem Thema Design ein Stück Oberflächlichkeit anheftet. Es geht eben nur darum, dass etwas schöner aussieht – und das ist nicht eben ein objektiver Tatbestand, was der Disziplin Design die Reputation naturwissenschaftlicher Disziplinen vorenthält. Leider.

„Hässlichkeit verkauft sich schlecht“, hat schon Raymond Loewy, der Designer der berühmten Lucky Strike-Packung, gesagt und damit ungewollt das Design in die Nähe der „schönen Künste“ gerückt und damit auch näher an die Einflussfront der Marketing- und Vertriebsstäbe in Unternehmen.

Design als Ergebnis gestalterischer Arbeit und als Prozess ist mehr als die ästhetische Form. Design ist Innovationsfaktor, Qualitätsfaktor, Kommunikationsfaktor und Wertfaktor. Design ist nicht erst heute, aber heute ganz besonders, die Querschnittsdisziplin

2

Raymond Loewy Foundation International

Geschäftsstelle Deutschland: Eppendorfer Weg 111-113, 20259 Hamburg

Telefon: 040-403330, Telefax: 040-4915993, E-Mail: info-germany@raymondloewyfoundation.com

in allen Unternehmen, um differenziert aufzutreten, Innovationen sichtbar zu machen, Wertvorsprünge auszudrücken, Werte und Inhalte zu kommunizieren und Identität zu schaffen.

Das spielt sich seit langem weniger in Form von revolutionär anderen oder komplett neuen Lösungen ab. Heute geht es mehr um die Gestaltung von Details als um vollkommen neues Design. Die Welt ist voll von Produkten. Sie weiterzuentwickeln und zu verbessern setzt eine unglaubliche Leidenschaft für Details voraus. Produkte und Dienstleistungen unterscheiden sich heute weniger durch ihre Kategorieeinzigkeit. Sie sind eher geprägt durch Konfigurationsuniformität. Differenzierung findet im Detail statt. Charles Eames sagte einmal: "Details are not just details. Details make the product."

Details sind die größte Arbeitsbühne der Designer, etwas leichter, kleiner, größer, feiner, schöner oder besser bedienbar oder genussvoller zu machen. Leider auch häufig etwas billiger, was nicht immer besser bedeutet, sondern vielfach auch schlechter. Design als Disziplin muss sich der Verantwortung für Qualität stellen. Es hört sich abgedroschen an, ist und bleibt aber wahr: Nur das Bessere ist des Guten Feind, nicht das Billigere!

Design steht auch für Innovationskultur. Innovation ist die dynamischste Form der Weiterentwicklung oder Evolution. Design begründet sie oder gibt ihr Form und Ausdruck. Die Fähigkeit zur Innovation ist in der heutigen Wettbewerbslandschaft die wichtigste Überlebensformel für Unternehmen, Organisationen, Institutionen oder gar Volkswirtschaften. Design zu fördern, sei es in der Ausbildung, in Unternehmen oder durch Institutionen wie der von der British American Tobacco ins Leben gerufenen Raymond Loewy Foundation, ist eine zukunftssichernde Aufgabe für die gesamte Gesellschaft.

Innovation war auch eines der entscheidenden Kriterien für die Jury im Auswahlprozess für den Lucky Strike Designer Award. Welcher Gestalter hat mit seinen Innovationen die Welt seiner Arbeitskategorie stark beeinflusst oder stark erweitert? Welcher Gestalter hat mit seinen Innovationen nachhaltig sein Wettbewerbsumfeld inspiriert? Welcher Gestalter hat innovativen Fortschritt über eine Einzellösung hinaus geschaffen? Welcher Gestalter hat weltweit Wahrnehmung und Resonanz mit seiner Arbeit erzielt? Diese Fragestellungen machen nachvollziehbar, dass Ferran Adrià aus einer Außenseiterrolle in eine Favoritenrolle für den Lucky Strike Designer Award gerückt ist.

Dennoch, darf ein Koch einen Designerpreis erhalten? Ist das nicht eine arg populistische Verbeugung vor der Medialisierung und Boulevardisierung der Kochkunst? Ist Tellerdekoration nicht eine zu triviale Gleichsetzung von Design? All das wurde natürlich diskutiert, dennoch setzt sich Ferran Adriàs innovative und allumfassende erfinderische und gestalterische Leistung und Qualität im Urteil durch.

Ferran Adrià weiß, dass Rezeptentwicklung, Kochen und Inszenieren des Essens eine schutzrechtfreie Zone ist. Jedes Rezept oder jede Speisendekoration unterliegt weltweit keinem Schutzrecht oder Patent. Jeder Koch kann alles kopieren, was auf diesem Gebiet je erdacht wurde. Ein paar Änderungen – und schon ist man reif für opulente Feuilletonbesprechungen, hohe Kochbuchauflagen oder die Aufnahme in Wallfahrtsführer wie den Guide Michelin und andere. Ferran Adriàs kategorischer Imperativ und Motto ist: Es geht immer noch besser und es geht immer auch anders. Das bedeutet, traditionelle Grenzen des – zugegeben oft qualitativ sehr gut gemachten und beherrschten – Handwerks des Kochens zu verlassen und vollkommen neue Wege zu suchen und zu probieren.

Vision, Neugier, Detailbesessenheit, Mut und viel Arbeit sind die Zutaten für Innovationen. Ferran Adrià hat sich wie kein anderer Koch vor ihm umfassend und ohne Denkverbote mit Inhalt und Aufbau von Lebensmitteln und Zutaten beschäftigt. Er hat als Pionier experimentell Vorgänge und Methoden des Kochens analysiert und neu definiert, um das geschmacklich Beste aus bekannten Rohstoffen herauszuholen. Das Ergebnis ist eine vollkommen neue Form des Kochens und bringt Aromen, Speise- und Geschmacksformen und -kombinationen hervor, die es vorher auf der Welt nicht gegeben hat.

Ferran Adrià bedient sich bei seiner Entwicklungsarbeit der Methoden der Designentwicklung. Es beginnt mit dem Zusammentragen von Informationen und Wissen, gestützt durch Probieren und Erproben, bis das beste Ergebnis erzielt ist. Seinen Designentwicklungsbereich, die Versuchsküche, nennt er zu Recht sein Labor. Klassische Techniken, Speisen zu bereiten, sind für ihn Einschränkungen, die seine kreative Neugier herausfordern. Seine weitere Innovation, klassische Menüs in 25 bis 30 kleine Gänge auszudifferenzieren, jeder nur ein bisschen mehr als ein Biss oder Schluck, ist nur eine gestalterische Dimension. Die geschmacklich und visuell in ihrer Dramaturgie aufgebaute Gangfolge ist eine andere. Auch das zu jedem Gang und zu jedem spezifischen Geschmack passende Geschirr ist eine Gestaltungsdimension, die keinen Zufall duldet, wie auch die Innenarchitektur, die Lichtgestaltung des Raums und die akustische Begleitung des Essens. Ferran Adrià hat wie jeder gute Designer einen Blick für das Ganze, wenn man so will, die komplette Vision, die alle fünf Sinne in Anspruch nimmt. Er kreierte, gestaltet und produziert seine Produkte aus einer Hand. Darum werden ihn viele Designer beneiden.

Design ist ein ganzheitlicher Prozess. Selten wurde diese richtige Aussage so allumfassend interpretiert wie von Ferran Adrià. Für Ferran Adrià ist dieser allumfassende Prozess eine Lebensaufgabe. Er hat den Mut und die Vision für Neues. Er drückt sich dabei nie um Details. Sie sind für ihn die entscheidende Reserve für Innovation und Verfeinerung. Nicht Opulenz, sondern die Raffinesse der Reduktion und Einfachheit wird von ihm neu interpretiert. Er ist nicht nur ein Designer des Genusses, sondern damit auch vielleicht ein bisschen des Glücks.

Ferran Adrià gilt als bester Koch der Welt. Er ist laut „TIME Magazine“ einer der 100 einflussreichsten Menschen der Jetztzeit. Er hat alle Auszeichnungen erhalten, die in

seiner Kategorie vergeben werden. Dass er jetzt den Lucky Strike Designer Award als seine wichtigste Auszeichnung ansieht, darf man nicht nur seiner Höflichkeit anrechnen. Er begründet das damit, dass er endlich als Entdecker und innovativer Gestalter eines ganzheitlichen Produktes anerkannt sei. Nicht besser hätte es die Jury begründen können.

Mit Ferran Adrià als Preisträger 2006 folgt die Jury ihrer Tradition, das gesamte Spektrum des Design, der Gestaltung von Dingen, inhaltlich und formal, in voller Breite auszu-leuchten und der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Insofern ist sich die Jury sicher, dass auch die Designszene einen Koch als Lucky Strike Designer Award Preisträger „genießen und verdauen“ wird.

Weitere Informationen:

Tel. +49-(0)40-40 33 30

info-germany@raymondloewyfoundation.com

www.raymondloewyfoundation.com