

Im Dickicht der Diskurse

The Images of Design

Text: Bernhard E. Bürdek (redaktion@form.de)

Noch nie war der Unterschied, wie die Gestalter selbst und andererseits die Öffentlichkeit das Design wahrnehmen, so groß wie heute. In der Praxis geht es um die Kluft zwischen Lifestyle und den boomenden Wissenschaften, in der Theorie darum, Brücken zu bauen. Welche Funktion hat Design in der Gesellschaft? Eine Positionsbestimmung.

Die gegenwärtigen Diskurse um das Design – und ganz besonders seiner Theorie – werden von zwei maßgeblichen Linien bestimmt. So gibt es einerseits das Lager derer, die Design als etwas Inter-, Multi- oder gar Transdisziplinäres verstehen, was durchaus richtig erscheint, gibt es doch heute Design-Aktivitäten in ganz vielen Bereichen. So führt der gerade erschienene Ratgeber „Design studieren“ (Ruedi Baur / Michael Erhoff, München 2008) für Interessenten an einem solchen Studiengang insgesamt 19 Tätigkeitsfelder auf, in denen sich Design nachweisen lässt: vom klassischen Industrie-Design über Interior- und Stage-Design, Kommunikations-Design, Interface- oder Interaction-Design, Service-Design, Event-Design, Mode-Design, Gender-Design und anderem mehr. Gleichwohl lässt dieser Führer die Frage offen, was denn das Spezifische an diesen weitreichenden Design-Aktivitäten ist und wo – also an welcher Hochschule – man solche denn finden und studieren kann. Die Ausweitungen gestalterischer Tätigkeiten sind aber nicht zuletzt auch Zeichen für ein zunehmendes ästhetisches Bewusstsein in Gesellschaften, die vom ständigen Warenüberfluss geprägt sind. So viel Design wie heute gab es bisher wahrlich nie.

In der Publikumspressen wird Design oft als „stylish“ apostrophiert, man fühlt sich an die „Styling“-Debatten der 1950er und 1960er Jahre erinnert, die sich vor allem auf die Aktivitäten der amerikanischen Automobilindustrie bezogen. Mühsam hat man sich über Jahrzehnte mit der Entwicklung von Industrial Design oder Produktgestaltung davon emanzipiert. Und jetzt dieser Rückschlag. Auch die Design-Geschichte wiederholt sich, und das Fatale daran ist, dass ein Begriff wie „stylish“, wenn er in die Alltagssprache aufgenommen wird, das Design insgesamt diskriminiert.

Auf der anderen Seite nehmen aber die Stimmen derjenigen zu, die im Design durchaus seriöse Tendenzen sehen, spezielles Wissen

zu erkennen und zu beschreiben. Nigel Cross befördert seit einigen Jahren die Debatte um das Thema „Design as a Discipline“ (siehe Discourse, form 218). Die von Dick Klavans und Kevin Boyack veröffentlichte „Map of Science“ (www.mapofscience.com) zeigt beispielsweise, dass es in den Wissenschaften selbstverständlich um beides geht: einerseits um die Stärkung und inhaltliche Weiterentwicklung der Fachdisziplinen und deren Spezialgebiete, andererseits um die Vernetzung von Disziplinen untereinander, also die Ausformung neuer interdisziplinärer Forschungsfelder, die sich aus den jeweiligen Disziplinen herausbilden werden. Ein recht anschauliches Beispiel dafür ist die seit 2000 massiv zunehmende Bedeutung der Bioinformatik, die sich aus der Wechselwirkung von Ingenieurwissenschaften und Biotechnologie speist. Die Entschlüsselung des menschlichen Erbguts (Genom) im Jahre 2000 war eines der spektakulären Ergebnisse dieser Synthese – mit weitreichenden Auswirkungen auf diverse Bereiche der Medizin. Von Design übrigens ist in der „Map of Science“ beziehungsweise dem Globus des Wissens keine Rede, was auch nicht verwundert, da die dort geführten Diskurse oftmals reichlich diffus sind.

Von außen nimmt man die Rolle des Design sehr genau wahr und weiß sie einzuschätzen, wohingegen dies bei Designern selbst oftmals gar nicht der Fall ist.

Lutz Schmitts jüngst erschienene Arbeit über „Zeit, Gesellschaft und Design“ (Saarbrücken 2007) ist ein Beispiel dafür, warum man sich im Design so schwertut: Von Erkenntnisfortschritt ist kaum die Rede, vielmehr präsentiert Schmitt altbekannte Weisheiten. So lauten seine Arbeitsthesen zum Design dort folgendermaßen: 1. Design ist Formgebung. 2. Design ist interdisziplinär. 3. Design hat eine Wechselwirkung mit zivilisatorischen Prozessen. 4. Design hat eine Wechselwirkung mit der Zivilisation. 5. Design hat eine Wechselwirkung mit der Natur. Zu 1. Spätestens seit Max Bills legendärer Ausstellung „Die gute Form“ von 1949 ist ja wohl bekannt, dass Design mit Formgebung zu tun hat, den Begriff der „Formschönheit“ von Produkten gleich mit eingeschlossen; und da dieser Begriff inzwischen – zugegebenermaßen – etwas angestaubt ist, wird er gerade, wie erwähnt, zum geschmeidigen und durchaus zeitgeistigen „stylish“ umgeformt. Klingt besser, meint aber das Gleiche. Zu 2. Dies ist – wie oben gezeit – nur

die eine Seite der Medaille. Wenn man nur interdisziplinär ist, sich also zwischen den Disziplinen befindet, dann sitzt man eben auch zwischen den Stühlen. Aber die Stühle selbst, das sind die Disziplinen, auf denen man sitzt, die man besitzt und an denen man sich – im übertragenen Sinne – auch festhalten kann. Zu 3. Die drei folgenden Thesen sind auch nicht falsch, ließen sich aber durch viele andere und ähnliche ergänzen, denn Design hat noch viel mehr Wechselwirkungen: mit der Ökonomie, Ökologie, Technologie, mit den Geistes- und Kulturwissenschaften etc. So gesehen liefert Schmitt, der sich selbst als „Design-Forscher“ bezeichnet, keine neuen Erkenntnisse – was Sache der Design-Wissenschaften und besonders der Design-Forschung sein sollte –, sondern referiert nur weitgehend Altbekanntes.

Interessanterweise äußern sich mittlerweile andere Disziplinen ganz präzise über das, was Design denn macht und zu leisten imstande ist. Beispielsweise der Technikforscher Karl H. Metz in seiner opulenten „Geschichte der Technik in der westlichen Zivilisation“ (Zürich 2006), in der er konstatiert, dass die Totalität der Technik zur Totalität des Design wird, in deren Form sich technische Funktionen und visuelle Signale verbinden. Also die Dichotomie zwischen Funktion und Bedeutung. Und weiter: „Im Design erobert die Technik die Sinnlichkeit des Menschen und universalisiert auf diese Weise erst ihren materiellen Sieg. Kunst, wo sie in der Konsumgesellschaft noch symbolische Bedeutung besitzt, ist angewandte Kunst: Ihre Objekte tragen Bedeutung visuell wie funktional in sich.“ (S. 551) Solche Statements zeigen, dass man die Rolle des Design von außen sehr genau wahrnimmt und einzuschätzen weiß, wohingegen dies bei Designern selbst oftmals gar nicht der Fall ist, die glauben – vor lauter Selbstüberschätzung –, alle Probleme dieser Welt lösen zu wollen und zu können. Victor Papaneks Satz „Alles ist Design“ aus den 1970er Jahren hat sich schon fest eingepreßt.

Bei der Weimarer Gründungsversammlung der Gesellschaft für Designgeschichte im Februar wurde deutlich, dass die Frage nach den Gegenständen durchaus im Erkenntnismitelpunkt von Design-Theorie und -Forschung steht. Dass sich die Gegenstände eigentlich nur im Kontext der Kultur- und Technikgeschichte begreifen und erforschen lassen, steht außer Frage. Wenn man nach den Gegenständen fragt, dann stellt sich rasch auch die Frage nach den Typologien derselben. Auf einen einfachen Nenner gebracht, geht es – im engeren Sinne von Produkt-Design – um funktionale und formale Differenzen der Gegenstände, also um

die Frage nach Funktion und Bedeutung. Dass der Produktbegriff heute Hardware, Software und Services umfasst, ist unbestritten. Daraus leitet sich auch die langwierige Funktionalismus-Diskussion ab, die das Design über rund 100 Jahre bestimmt hat. Spätestens mit der Postmoderne, oder genauer mit dem „Linguistic Turn“, hat sich auch das Bewusstsein darüber, was Design als Disziplin bedeutet, gewandelt. Helene Karmasin (München 2007) brachte es gerade wieder auf einen ganz einfachen Nenner: „Produkte sind Botschaften.“ Und „Design ist Kommunikation“ – so muss man heute ergänzen. Dies sieht man übrigens auch daran, dass Magazine voll mit Design-Innovationen sind: Das permanent neue Produkt ist natürlich auch immer das bessere und folglich auch das begehrtere Produkt.

Die boomenden Wissenschaften mit ihren neuen Vernetzungen stehen auf der anderen Seite: Auch dort gibt es natürlich Design, aber dort wird nicht Lifestyle verlangt, sondern das spezifische Wissen einer Disziplin.

Schließlich vergeht keine Woche ohne einen neuen Design-Wettbewerb – dies bringt den Auslobern sicher eine nicht unerhebliche öffentliche Wirkung, lässt die Teilnehmer zudem in der Illusion, dadurch berühmt und erfolgreich zu werden. Die jungen Talente haben gegenwärtig so viele Chancen wie nie zuvor. Aber auch am Ranking der aktuellen 40 Top-Berufe in Deutschland (Wirtschaftswoche, Nr. 7, 11.2.2008) kann man ablesen, wie sich der Unterschied zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung von Design darstellt: auf der einen Seite der inter-, multi-, transdisziplinäre und universelle Problemlöser (Typus: Weltretter), auf der anderen Seite das Profil der Designer: „Sie geben Produkten und Anzeigen Form und Farbe“ – ja, und vielleicht noch etwas Bedeutung, so sollte man vielleicht ergänzen, aber das war's dann auch schon.

Ohne Zweifel: Was in Zukunft das Überleben europäischer (und insbesondere deutscher) Industrie gewährleistet, das sind wahrlich nicht die Eskapaden à la Berliner Designmai (die 1980er Jahre lassen grüßen, das damalige „Kaufhaus des Ostens“ ist unvergesslich), sondern technologische Innovationen, insbesondere im Investitionsgüterbereich. Die dort exportierten Güter machen den gegenwärtigen ökonomischen Boom aus und versetzen die Abnehmer (unter anderem in den Schwellenländern) in die

Lage, eigene Produkte zu entwerfen und herzustellen und damit insbesondere die europäischen Märkte mit billigen Produkten zu überschwemmen. Die beispielsweise in England so aktuellen „Creative Industries“ (Neue Zürcher Zeitung, 26./27.1.2008) tragen so gesehen durchaus zum ökonomischen Wachstum bei, befördern aber auch rapide den Export von Know-how.

Die derzeitige Polarisierung lässt sich an zwei extremen Positionen verdeutlichen: Einerseits sind es all jene dem Lifestyle geschuldeten Aktivitäten, die ganz besonders zur Wahrnehmung und Rezeption von Design in der Öffentlichkeit und natürlich auch den Medien beitragen. Die vergangene Möbelmesse in Köln hat dies besonders anschaulich gemacht. Die vor Kreativität überschäumende Halle 2.1 (Hochschulen, junge Büros) und die gestalterische Ödheit der Möbelindustrie – wenn man von italienischen Ausstellern absieht – in den übrigen Hallen war offensichtlich und für designinteressierte Besucher letztlich deprimierend.

Auf der anderen Seite stehen die boomenden Wissenschaften mit ihren neuen Vernetzungen: Elektrotechnik und Informatik, Biotechnologien, Life Sciences, Molekularbiologie, Hirnforschung, Gesundheitswesen, Sozial- und Geisteswissenschaften und so weiter. Auch dort gibt es natürlich Design, aber dort wird nicht Lifestyle verlangt, sondern das spezifische Wissen einer Disziplin. Und selbst der klassische deutsche Maschinenbau erlebt derzeit einen veritablen Boom. Der vielbeschworene Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft wird von der Wirklichkeit widerlegt: Gerade in Deutschland blüht die – insbesondere mittelständische – Industrie, die technik- und innovationsorientiert ist. Kein Thema für das Design? Vielleicht nur deshalb, weil die Ergebnisse dort nicht so laut und schrill sind, wie es die Medien vorgaukeln? Und vielleicht artikuliert sich dort gar das „unsichtbare Design“, das letztlich unsere Alltagskultur prägt? Im globalen Vergleich stellt sich diese hierzulande auf einem recht erstaunlichen Niveau dar. So besitzen die von Gert Selle in Weimar formulierten Thesen zu einer Design-Wissenschaft wegweisenden Charakter. Unter anderem fordert er Klarheit darüber, welche methodischen Instrumente dabei überhaupt eingesetzt werden (zum Beispiel Ikonographie und Semiotik), wie dabei die anthropologische Perspektive wahrgenommen wird und wie beispielsweise eine Metatheorie des Design auszusehen habe. Ein weiterer Strang muss aber auch erwähnt werden: Derzeit erleben wir in der Design-Forschung eine Renaissance der vielbeschworenen Empirie. Zum Glück gibt es die auch im Design, in Forschungsprojekten

Discourse

beispielsweise, wie sie an den Design-Fakultäten der Universitäten in Delft oder Eindhoven praktiziert werden, nachzulesen in dem jüngst erschienenen Band „Design Research Now“ oder in diversen Beiträgen in dem hochangesehenen und für die Design-Forschung Maßstäbe setzenden „International Journal of Design“ (www.ijdesign.org).

Um noch einmal zum Ausgangspunkt zurückzukommen: In der gegenwärtigen Debatte um Design, seine Theorie und die sich dazu parallel entwickelnde Forschung, zeichnen sich zwei relevante und zukunftsweisende Felder ab: Einerseits ist das der „systemische Blick“ auf die Zusammenhänge, bedingt durch den rasanten Fortschritt der Wissenschaften und deren Vernetzungen. Durch die immer komplexer werdenden Vernetzungen der Wissenschaften untereinander ist es für die Designer erforderlich, sich fundierte Einblicke in deren Strukturen, Methoden und Ergebnisse zu verschaffen. Herbert Simons Überlegungen aus den 1960er Jahren erleben derzeit eine Renaissance, was durchaus angebracht erscheint, denn die Komplexität technischer Systeme (Produkte) will beherrscht, reduziert und gestaltet werden. Daraus folgt logischerweise das zweite Feld. Designer sind spätestens mit dem Einzug der massenhaften Digitalisierung in die Produktwelten nicht mehr die Erfinder technischer Systeme, sondern deren Interpretanten. Prozesse zu visualisieren und Funktionen anschaulich zu



Bernhard E. Bürdek, geboren 1947, ist Professor für Design-Theorie, -Methodologie und Strategisches Design an der HfG Offenbach. Er hat zahlreiche Bücher veröffentlicht, zuletzt „Design – Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung“ bei Birkhäuser. Seit 1990 leitet er das Design-Büro „Vision & Gestalt“.

Bernhard E. Bürdek, born in 1947, is Professor for Design Theory, Methodology and Strategic Design at the HfG Offenbach. He has published numerous books, most recently “Design – Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung” (Design – History, Theory and Practice of Product Design) with Birkhäuser. Since 1990 he has managed the design office “Vision & Gestalt.”

machen, dies leisten beispielsweise das Interaction und Interface-Design. Apples iPhone ist dabei durchaus als revolutionäres Produkt zu bezeichnen. Wenn Design Kommunikation bedeutet, dann sind Produktsemantik (Krippendorff 2006) und Product Language die Grundlagen disziplinärer Design-Theorie. Dies wird heute kaum mehr ernsthaft bezweifelt.

Never before was there such a great difference between how designers themselves see design and how it is viewed by the public. In practice, according to Bernhard E. Bürdek, the issue here is the gap between lifestyle and the booming sciences, thus, in the theory of how to build bridges. What are the functions of design in society? Determining positions.

There are two main strands defining the current discourse on design – and in particular design theory. One position is taken by those who regard design as something inter-, multi- or trans-disciplinary, which appears to be thoroughly correct – today design activities take place in very many fields. The newly released guidebook “Design studieren” (Studying Design, Munich 2008) presents potential students of design with 19 design-related fields of activity: from classical industrial design, interior and stage design, communication design, interface or interaction design, service design, event design, fashion design, all the way to gender design and more. Nevertheless this guide leaves open the question as to what is specific about these wide-reaching design activities and where – i.e., at which university – you can find and study them. The expansion of design activities is not least of all a sign of an increasing esthetic consciousness in societies characterized by a constant surfeit of goods. Verily, design has never been as much in evidence as it is today.

In the mainstream press design is often termed as “stylish”; one is inevitably reminded here of the debates on “styling” in the 1950s and ‘60s, which were specifically associated with the activities of the American automobile industry. Laboriously, over decades, we emancipated ourselves from this stance – with the development of industrial design and product design. And now this setback. Design history also repeats itself, and the fatal thing about it is that a term such as “stylish” which has been absorbed into everyday speech, discriminates against design on the whole. On the other hand the number of voices who recognize the serious tendency in design to identify and describe special knowledge, is increasing. For some years now Nigel Cross has been promoting discourse on the theme of “design as a discipline” (See Discourse, form 218). The “Map of Science”

(www.mapofscience.com), published by Dick Klavans and Kevin Boyack, shows, for example, that in the sciences both aspects are naturally important: on the one hand the strengthening and development of content in the technical discipline and its particular field and on the other, networking of disciplines with one another, i.e., the creation of new interdisciplinary research fields which arise from the respective disciplines. A really vivid example of this is the tremendously increasing importance of bioinformatics since 2000, which feeds from the interaction between engineering sciences and biotechnology. The deciphering of the human genome in 2000 was one of the most spectacular results of this synthesis – with far-reaching effects in various fields of medicine. In the “Map of Science” and accordingly the globe of knowledge, incidentally, there is no mention of design which is also no surprise as the discourses carried out there are often diffuse enough.

Designers are no longer the inventors of technical systems ever since at the latest the introduction of mass digitalization in product worlds; instead, they are the interpreters of it.

Lutz Schmitt’s most recently published work on “Zeit, Gesellschaft und Design” (Time, Society and Design, Saarbrücken 2007) is an example of why design has such a difficult time of it: The increase in knowledge is barely mentioned, Schmitt presents instead well-known pieces of wisdom. His work hypothesis on design goes like this: 1. Design is a matter of lending things a good form. 2. Design is interdisciplinary. 3. Design has a reciprocal effect on civilizing processes. 4. Design has a reciprocal effect on civilization. 5. Design has a reciprocal effect on nature. Re 1: Since Max Bill’s legendary exhibition “Die gute Form” in 1949 it is well known that design has something to do with lending things a good form – the term formal beauty being included with the product; and as this term has now essentially past its shelf life, it has been reformed into the sinuous and thoroughly contemporary “stylish” as already mentioned. Sounds better, means the same. Re 2: This, of course, is only one side of the coin, as mentioned above. If you are solely interdisciplinary, that is, you find yourself between disciplines then this is akin to being caught between two chairs. But the chairs themselves, they are the disciplines on which one sits, which one owns and to which – in a figurative sense – one can also hold onto. Re 3: The three following theses are also not false but can be replaced by many

other similar ones as design actually has a lot more reciprocal effects – with economy, ecology, technology, with the humanities and cultural sciences etc. Seen as such, Lutz Schmitt who refers to himself as a design researcher delivers no new information – and this is precisely what the design sciences and especially design research should be doing – but simply refers to what is mostly already known.

Interestingly enough, other disciplines express themselves very precisely on what design does and of what it is capable of achieving. For example, technology researcher Karl H. Metz in his opulent “Geschichte der Technik in der westlichen Zivilisation” (History of Technology in Western Civilization, Zurich 2006) states that: The totality of technology will become the totality of design in whose form technical functions and visual signals combine. In other words, he rehashes the dichotomy of function and meaning. He goes on to say, “In design, technology conquers the sensuality of people and in this way first universalizes its material victory. Art, where it still possesses symbolic meaning in the consumer society, is applied art: Its objects carry both visual and functional meaning in themselves.” (p. 551) Such statements show that from outside the role of design is taken very seriously and is valued, whereas this is often not the case at all with designers who – for example in overestimating their capabilities – want to and believe they are capable of solving all the world’s problems. Victor Papanek’s statement “everything is design” from the 1970s is already deeply engraved.

At the Weimar founding meeting of the Gesellschaft für Designgeschichte (GfDg) in February 2008, it became clear that the focus of design theory knowledge and research is without doubt the issue of objects. That the objects can actually only be grasped and researched in the context of cultural and technical history is out of the question. If one is asking about objects then the question of typologies immediately arises. To bring it to a common denominator, this is, in a narrow sense, about product design, about the object’s functional and formal differences, i.e., the question of function and meaning. That the product term today includes hardware, software and services is undisputed. From this also derives the functionalism discussion which has determined design for some 100 years. With Postmodernism if not before, or more precisely with the “linguistic turn” the perception of what design as a discipline means also changed. Helene Karmasin (Munich 2007) again brought it to the point: “Products are messages.” And today we should add: “design is communication.” Incidentally, you can also see this in the fact that

today’s magazines are full of design innovations: The permanent new product is of course always the better and consequently also the more desirable product. After all, no week goes by without a new design competition – this surely brings the organizers a not inconsiderable public effect and also leaves the participant with the illusion that he has become famous and successful as a result. Young talent today have more opportunities than ever before. But in the ranking of the top 40 careers in Germany (Wirtschaftswoche, No. 7, Feb. 11, 2008) you can deduce the difference between the perception of designers themselves and those outside the profession: on the one side the inter-, multi-, trans-disciplinary and universal problem solver (world savior type), on the other hand the profile of the designer: “They give color and form to products and advertising” – yes, and perhaps one should add a bit of meaning, but then that’s it.

Without doubt, it is certainly not the escapades à la Berlin Designmai (one can sense the 1980s here, the “Department Store of the East” back then is unforgettable) which will be able to guarantee the survival of the European (and especially German) industry in the future, but rather technical innovations – especially in the field of investment products. The products exported here are responsible for the current economic boom and put the receivers (including those in emerging markets) in a position to develop and produce their own products and thus flood European markets with cheap products – particularly European markets. Seen as such, the “Creative Industries” (Neue Zürcher Zeitung, Jan. 26/27, 2008) currently so popular in England, contribute to economic growth but quickly demand the export of know-how.

The current polarization can be clarified into two extreme positions: On the one hand all those activities we owe to our lifestyle which play a particular role in the public’s perception of design and of course also the media’s. The recent furniture fair in Cologne made this particularly apparent. The over-frothing creativity in Hall 2.1 (universities, young offices) and the creative dullness of the furniture industry in the remaining halls – with the exception of Italian exhibitors – was quite obvious and ultimately for design enthusiasts, depressing.

The other position is represented by the booming sciences with their new networks: electro-technology and IT, biotech, life sciences, molecular biology, brain research, healthcare, social sciences, humanities and so on. Design is here too, of course, but lifestyle is not demanded, instead the specific knowledge of a discipline. And even classic German engineering is currently experiencing a veritable boom. The much-cited

change from industrial to service-oriented society is disproved by reality: In Germany in particular, technology and innovation-oriented industry – and especially small-scale industry – is blossoming. Not interesting for design? Perhaps simply because the results are not as loud and flashy as the media would have us believe? And perhaps “invisible design” does articulate itself there and ultimately characterize our everyday culture. Compared with the global situation, this is represented here in Germany on a very surprising level. The theses on a design science formulated in Weimar by Gert Selle ought to point the way forward. Amongst other things he demands clarity on what methodical instruments can be applied at all (e.g. semiotics and iconography), how the anthropological perspective is perceived and how, for example, a meta-theory of design would look. Another thread must also be mentioned here: At present in design research we are experiencing a renaissance of much-cited empiricism. Fortunately this also occurs now in design, for example in research projects; it is practiced in the design faculties of the universities in Eindhoven and Delft, which you can read about in the recently published book “Design Research Now” or in a variety of contributions in the highly acclaimed “International Journal of Design” which sets standards for design research (www.ijdesign.org).

To return to the starting point: In the current debate on design, design theory and the related developing research, two relevant and future-oriented fields are emerging. On the one hand is the “systematic view” of the contexts, determined by the rapid advances in sciences and their networks. Given the ever more complex networking of sciences with one another it is essential for the designer to create well-founded insights into their structures, methods and results. Herbert Simon’s considerations from the 1960s are experiencing a comeback at present which appears to be thoroughly appropriate given that the complexity of technical systems (products) wants to be controlled, reduced and designed. The second field follows logically from this. Designers are no longer the inventors of technical systems ever since at the latest the introduction of mass digitalization in product worlds; instead, they are the interpreters of it. Visualizing, processing and depicting functions is achieved, for example, by interaction and interface design. Apple’s iPhone can therefore veritably be described as a revolutionary product. If design means communication then product semantics (Krippendorff 2006) and product language are the rudiments of disciplinary design theory. This is generally no longer questioned.