

form-Forum

Meinungen der Leser

Diese Rubrik dient der Diskussion aktueller Themen. Sie ist gedacht als ein Forum der Leser, das über die üblichen Leserschriften hinaus allgemein interessierende Fragen in größerer Breite zur Debatte stellt. Die Redaktion begrüßt jede Anregung im Sinne dieses Vorhabens.

Bemerkungen zum Industrial Design heute

Bernhard E. Bürdek
Obsoleszenz, Aufstieg und Fall
des Industrial Design

Zwei Artikel in amerikanischen Magazinen, die sich mit der Situation des Industrial Design auseinandergesetzt haben (1), (2) sowie die Problematik der Design-Ausbildung in Deutschland, sind der Anlaß für diese Bemerkungen.

In den letzten zwanzig Jahren wurden vielerorts Versuche einer umfassenden Definition des Industrial Designs unternommen, die aber im wesentlichen in großer Diskrepanz zur praktischen Tätigkeit des Designers stehen. Die Anforderungen der Industrie an den Designer bestehen darin, Innovationen zu schaffen, um vorhandene Fabrikationskapazitäten auszunutzen; motiviert durch ein Pseudo-Marktbedürfnis, das überhaupt nicht besteht oder erst künstlich geschaffen werden muß (etwa durch intensive Werbekampagnen). Der Designer stellt dann formale Produktprinzipien auf, oder er übernimmt sie von erfolgreichen Produkten des Marktes (was geht momentan?), um dann oberflächliche Variationen zu vorhandenen Konkurrenzprodukten zu schaffen. Somit erhält auch die Produktumhüllung eine Funktion, die aber eher zu einer Fiktion wird. Gestaltung um der Gestaltung willen und nicht, um dem Verbraucher echte Alternativen zu bieten.

Durch die Eingliederung in die herkömmliche Betriebshierarchie wird sich der Designer auf die Seite der Produzenten schlagen, da er von ihnen finanziell abhängt, und nicht auf die Seite des Konsumenten, für die er eigentlich die Produkte zu verbessern hätte im Sinne einer Humanisierung der Umwelt. Er wird dadurch gezwungen, sich den Praktiken einer schnell produzierenden Wirtschaft anzupassen. Seine Untersuchungen im ergonomischen, marktwirtschaftlichen und funktionalen Bereich erhalten somit pseudo-wissenschaftlichen Charakter. Oberflächliche Veränderungen an Bedienungselementen, Farbuntersuchungen (die sich auf den persönlichen Geschmack stützen) und Begrädigungen von Flächen sowie sorgfältig ausgewählte Übergangsradien prädestinieren ihn dazu, auch im Investitionsgüterbereich zu arbeiten.

Was aber soll ein Design an Investitionsgütern (zum Beispiel Werkzeugmaschinen), wenn keine strukturellen Veränderungen in den Maschinenhallen selbst durchgeführt werden? Bleibt nicht die ergonomische Verbesserung an Bedienungselementen Stückwerk, wenn keine wesentlichen Bewußtseinsveränderungen in der Arbeiterschaft selbst einhergehen? Was hilft die vom Designer bearbeitete Maschine, wenn der Benutzer in seine total unzureichende und meist veraltete Wohnung, in ein mehr oder weniger slumähnliches Wohngebiet, zurückkehrt und nur die Fassaden der benachbarten Hochhäuser sieht – er erlebt die

Der Verfasser, Bernhard E. Bürdek, ist Student in der Abteilung Industrial Design der WKS Kassel, wo er sich – situationsbedingt – auch mit Ausbildungsfragen beschäftigt.

„Unwirtlichkeit unserer Städte“ den ganzen Tag. Sein sicherlich designtes Fernsehgerät hilft ihm dann genausowenig wie die gut gelöste Küchenmaschine oder sein Staubsauger, da sie nur kurzzeitig in Anspruch genommen werden.

Muß hier nicht der Designer wirksam werden, wenn er sich noch als Humanist in der technologischen Umwelt begreift; oder sieht er nur noch die Konferenzräume der Geschäftsleitungen, Konstruktionsbüros oder avantgardistische Wohnexperimente? Oder will er nicht mehr sehen? Glaubt er wirklich, mit einem verbesserten Haushaltsgerät die Umwelt wesentlich gestalten zu können? Wird nicht vielmehr er der Umwelt angeglichen, das heißt, macht er sich nicht einen Gestaltungstrend zu eigen und verbreitet ihn dann unreflektiert, aber mit pekuniärem Erfolg.

Design wird somit auf modernistische Formalismen reduziert (Styling); der Designer als „Form-Maker“ hat originäre Kunstformen nur scheinbar überwunden. Seine Tätigkeit ist dann in der Tat nicht unähnlich der eines Friseurs. Somit stimmt also das Motto: „Die wichtigste Voraussetzung für einen Designer und jeden, der mit der Mode gehen will, ist die Fähigkeit, seine Meinung sofort darüber zu ändern, was schön und was häßlich ist.“ (3)

Die Rechtfertigung der eigenen Arbeit geschieht durch formalästhetische, subjektive Empfindungen romantischer Art, die im extremen Gegenteil zur technologisch-rationalen Umwelt stehen. „Irgendwo ganz unten fühlt er dann, daß seine Arbeit oft nur Lametta auf einem Christbaum ist; sie ist auffallend, aber es fehlt ihr an Substanz.“ (2) Diese Formulierung von William Blau wird so lange zutreffen, bis sich der Designer nicht über seine Selbstorientierung Gedanken macht. Er fühlt sich oft als ein Leonardo der Gegenwart – „Für mich“, so Henry Dreyfuss, „ist Leonardo da Vinci ein Symbol; Künstler, Wissenschaftler, Ingenieur, Rebell – und der größte aller Industrial Designer; kühn warf er alle seine Träume auf Papier“ (4) –, bezieht aber seine Kriterien vom Schönen, Guten und Funktionalen, von latent vorhandenen klassizistischen Idealen, die modernisiert werden.

Design ist Zivilisationsgut und nicht Kulturgut. Es bewährt sich auf Ausstellungen und Messen, die Präsentation eines Produktes gibt ihm den Anstrich „don't touch“, aber wenn es angewendet werden soll, versagt es oft.

Die im wesentlichen fehlgeschlagenen Ansätze einer konkreten Ästhetik (Birkhof, Bense, Garnich, Bonsiepe) können nicht für die praktische Realisierung von Gestaltungsproblemen verwendet werden. Die qualitative Beschreibung ästhetischer Sach-

Literatur

- (1) Walter McQuade, „The Decline of Industrial Designers“, in: „Fortune“, Februar 1968.
- (2) William Blau, „Are Designers obsolete“, in: „Industrial Design“, September 1968, Nr. 7.
- (3) Mary Quant, 1964, zitiert aus „Der Bazar ist zu Ende“, in: „Die Zeit“, Nr. 6, 7. 2. 1969.
- (4) Henry Dreyfuss: „Designing for people“, New York 1955.
- (5) Bruce Archer: „Systematic method for Designers“, London 1963/64.
- (6) Christopher Alexander: „Notes on the Synthesis of Form“, Harvard 1964.
- (7) Morris Asimov: „Introduction to Design“, Englewood Cliffs.
- (8) Christopher Jones: „Conference on Design Methods“, London 1962.
- (9) Theodor Ellinger: „Die Informationsfunktion des Produktes“, Opladen 1966.
- (10) De Zurko: „Origins of the Functionalist Theory“, New York 1957.
- (11) Raymond Loewy: „Häßlichkeit verkauft sich schlecht“, Düsseldorf 1953.
- (12) C. V. Rock: „Berufe von morgen“, Düsseldorf und Wien 1968.
- (13) Joseph Esherick: „Problems of Design of a Design System“, in: (8).

verhalte von Kunst- und Designobjekten einer Produktgruppe erscheinen nicht operabel. Methodische Ansätze einer Design-Theorie, wie die von Archer (5), Alexander (6), Asimov (7), Jones (8), sind mit dem Makel der Praxis-Fremdheit belastet. Einen positiven Ansatz bietet Ellinger (9), da hier aus der Wirtschaftspraxis entnommene Operationen und Zusammenhänge sichtbar gemacht worden sind. Die sorgfältige Aufschlüsselung der Produktinformationen in Existenz-, Herkunfts- und Qualitätsinformationen können für die Produktgestaltung Anwendung finden.

Aus der Erkenntnis, daß die herkömmliche Designer-Ausbildung stark frustrierenden Charakter besitzt, läßt man bei seiner eigenen Arbeit einem pseudo-technischen Funktionalismus freien Lauf – Standardwerke wie zum Beispiel de Zurko (10) sind weitgehend unbekannt –, man macht im wesentlichen schöne Objekte mit makellosem Finish, was sich schließlich und letztlich in einer stupiden (aber funktional begründbaren) grauen Farbgebung für ganze Produktreihen äußert. "When a Designer does not understand a problem clearly enough to find the order it really calls for, he falls back on some arbitrarily chosen formal order. The problem, because of its complexity, remains unsolved." (6)

Der Designer sieht auf Grund seiner bislang unzureichenden Ausbildung überhaupt keine Möglichkeit, essentielle interdisziplinäre Aufgaben komplexen Charakters zu lösen. Wesentliche Gestaltungsaufgaben, wie sie sich aus den Problemen der Trabantenstädte, der katastrophalen Verkehrssituation und der Überbevölkerung ergeben, müssen vom Designer unbeachtet bleiben. Er begnügt sich mit der Gestaltung von Einzelobjekten, ohne die tieferen soziologischen und psychologischen Zusammenhänge in der Gesellschaft erkennen zu können. Durch das Aufblühen des Designs in Deutschland in den letzten 10 Jahren ist der Arbeitsanfall für ihn zudem so stark, daß er sich zum großen Teil selbst mit seiner unreflektierten Arbeit abfindet, um den Boom auszuwerten. Er vermag nur noch minimale Verbesserungen vorzunehmen, die, wenn das Produkt auf den Markt kommt, schon wieder veraltet sein können. – "He recognizes that Marketing is the word of the day, but he usually lacks depth in this area – too." (2)

Die Vorsicht gebietet dem Designer, sich permanent der MAYA-Regel (Most Advanced Yet Acceptable) zu unterwerfen (11); die Betriebsleitung wird dem natürlich ohne weiteres zustimmen, da somit das geringste Risiko eingegangen wird. Eine langfristige Produktplanung, mit futurologischer Dimension, beginnt erst bei wenigen Großbetrieben Einzug zu halten. Betriebe mittlerer Größe ziehen zwar seit einiger Zeit Designer

heran, wobei man aber sehr oft zu der Feststellung gelangt, daß es effektiver erscheint, eine eigene Design-Abteilung zu gründen, die dann natürlich vollkommen der Geschäftsleitung untersteht. Auch von dieser Seite droht dem Designer Gefahr: „Der Gestalter dürfte in naher Zukunft keinen selbständigen Beruf ausüben, sondern aus den Branchen-Berufen hervorgehen – so etwa, daß ein Elektro-Ingenieur mit profundem Wissen um die Anforderungen seiner Industrie zum branchengebundenen Designer wird“ (12). „Die Krokodilsträne“, die der Designer nach William Blau (2) vergießt, weil er nicht zu den wesentlichen Aufgaben des Environmental Design herangezogen wird, rührt daher, daß er in der Tat zu komplexen Aufgaben nicht herangezogen werden kann – seine Ausbildung ist unzureichend.

„Industrial Design, ein 40 Jahre alter Beruf, geht mit der Erreichung des mittleren Alters langsam bergab. Industrial Design war einst eine eifrige, auf die Industrie erneuernd wirkende Kraft; besonders in den Jahren um 1930, als glühende Wegbereiter wie Norman Bel Geddes und Raymond Loewy den Fabrikanten halfen, indem sie durch Schock-Therapien radikal das Aussehen und das Gefühl für die Funktion der Objekte – von der Lokomotive bis zum Füllfederhalter – veränderten, also auch die Vorstellungen des Publikums verbesserten.“ (1)

Von dieser Kraft ist wahrlich nicht mehr viel geblieben, wir können nur noch reumütig zurückschauen, nicht im Zorn, sondern in Achtung. Das Design hat es versäumt, sich selbst neue Maßstäbe zu setzen, es verarbeitet die Ideen der Gründerzeit noch heute, die Aktualität einiger Bauhaus-Produkte zeigt es deutlich.

Eine Dimension des Designs ist zwar zweifellos futurologisch: „Design ist Teil eines permanenten Problem-Solving Prozesses, das der Analyse folgt und somit einen Stein für die Basis der Zukunftsanalyse liefert.“ (13) Dieselbe Tendenz zeigte sich in einem Vorwort zur Ausstellung der Hochschule für Gestaltung Ulm, 1963: „Die Ideen von heute erschöpfen sich nicht in den Resultaten von heute, sondern sie erfüllen sich in denen von morgen.“

Das Scheitern dieser Institution liegt zudem sicherlich auch darin, daß sie es in den letzten Jahren nicht mehr vermochte, ihre eigenen Zielvorstellungen zu erfüllen. Der Grund liegt auch hier in einem zu stark gegenwartsbezogenen Produkt-Design, gefördert durch wirtschaftliche Gegebenheiten. Die Reproduktion etablierter Lehrinhalte bedeutet zwangsläufig den Zerfall der Lehrinstitution wie er heute auch an den geisteswissenschaftlichen Fakultäten deutscher Universitäten stattfindet. Natur-

wissenschaftliche Fakultäten sind davon kaum berührt, da in ihnen Entwicklungen für die Zukunft vorbereitet werden können.

Insofern müssen Möglichkeiten zur Gründung einer Design-Hochschule geschaffen werden, in der eine neue Selbstorientierung auf der Basis einer intensiven Bewußtmachung und Reflektion gewährleistet ist, eine Selbstorientierung, unabhängig von wirtschaftlichen und politischen Gesichtspunkten. Die These, Design-Lehre kann nur an Hand konkreter Themen (sprich Entwicklungen der Industrie) durchgeführt werden, muß in Frage gestellt werden.

Aufgabe dieser Design-Schule wäre es auch, eine elementare Formenlehre für die Gestaltung zu entwickeln, operable qualitative und quantitative Verfahren für das Industrial Design. Zu dieser Aufgabe müßten aber in erster Linie wissenschaftliche Assistenten und Dozenten aus diversen Disziplinen berufen werden. Erfahrungen aus der Organisations-Kybernetik, der Computer-Science und dem System-Design könnten hier verwertet werden. Erfahrene, erfolgreiche Designer sollten sich unabhängig ihrer privaten Interessen zur Verfügung stellen, um an dieser Selbstorientierung beratend teilzunehmen.

Das im Aufbau befindliche Nachfolgeinstitut der Hochschule für Gestaltung, das „Institut für Gestaltung an der Universität Stuttgart“, böte sich geradezu an. Die Anforderungen an Studenten und Dozenten wären zweifellos hoch, wenn man erfolgreiche Arbeit leisten will. Arbeiten für die Zukunft des Industrial Designs also, ohne die Zukunft abzuwarten, andernfalls käme der Zerfall, denn die Obsoleszenz ist offensichtlich.