



WIE IST EINE ENTWICKLUNG MÖGLICH?

---

---

PROF. DR. BERNHARD E.  
**B Ü R D E K**

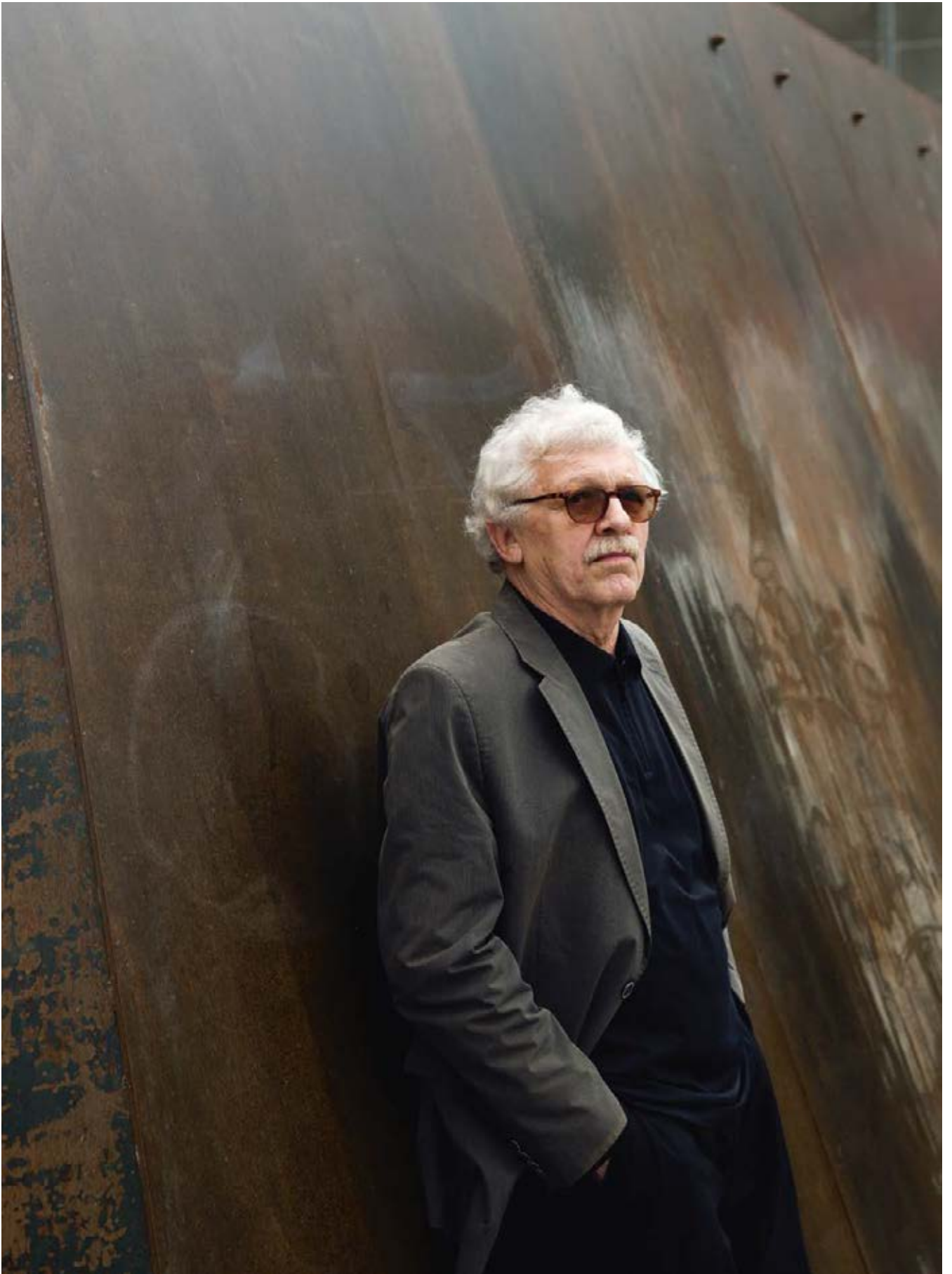
---

---

ASPEKTE EINER UNVERSTANDENEN DISZIPLIN. ODER, ÜBER DIE WESENSFORSCHUNG  
DES BAUHAUSES, DER METHODOLOGIE DER MODERNE UND DEM  
„POST-CONTEMPORARY“-TREND ——— NOMAD SPRACH MIT DEM RENOMMIERTEN  
PROF. DR. BERNHARD E. BÜRDEK ÜBER DESIGNTHEORIE.

**EIN WEITES FELD**

Foto von *KATRIN BINNER*  
Fragen von *FRANK WAGNER*



*Lieber Herr Professor Dr. Bürdek, Sie sind Designer und Designtheoretiker und in der Fachwelt — national wie international — sehr angesehen. Seit den 1970er Jahren lehrten Sie an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach am Main, zahlreiche Vortragsreisen und Gastdozenturen führten Sie in diverse Länder Asiens, Europas und nach Lateinamerika. Sie haben reichlich über das Thema Design und seine Theorien publiziert, Ihre Bücher sind in verschiedene Sprachen übersetzt worden und gelten als Standardliteraturen zu diesem Thema. Seit 2013 befinden Sie sich im (Un-)Ruhestand.*

I N T E R V I E W

*Wird man des Themas nicht irgendwann müde?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Nicht unbedingt. Seit meinem Studium an der legendären Ulmer Hochschule für Gestaltung und am Institut für Umweltplanung der Universität Stuttgart in Ulm beschäftigen mich die Fragen des Entwerfens, der Theorie und der Forschung im Design. Von den recht rigiden Diskursen des deutschen Funktionalismus der 1960er Jahre über die ersten Ansätze ökologischer Debatten in den 1970ern, der postmodernen Bewegung und der aufkommenden Digitalisierung in den 1980er Jahren über die Entwicklung von Designstrategien in den 1990ern, der sich rasant ausbreitenden Globalisierung in den 1990/2000er Jahren bis hin zur gegenwärtig konstatablen Auflösung der Designdiskurse — heute ist ja alles Design und Design ist auch alles — finde ich es durchaus spannend, weiterhin in den Debatten involviert zu sein.

*Wir möchten uns heute über Designtheorie unterhalten. Ein nicht ganz einfaches Feld, zählt sie doch meines Wissens nicht zu den anerkannten Wissenschaften, wird insofern nicht wissenschaftlich erforscht, sondern wird durch Deutung und Überzeugung ihrer jeweiligen Vertreter getragen. Sehen Sie das auch so?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Das ist fürwahr ein weites Feld, um mit Günter Grass zu sprechen. Bereits am Bauhaus hatte man ja versucht, wissenschaftliche Erkenntnisse für die Gestaltung nutzbar zu machen. So ist die dort von Walter Gropius

entwickelte „*Wesensforschung*“ für die heutige Produktgestaltung noch immer relevant, denn die Dinge (*Produkte*) verschwinden ja nicht, wie uns französische Philosophen wie Jean-François Lyotard oder Jacques Derrida in den 1980er Jahren verheißen hatten, sondern das Gegenteil ist der Fall: Die Warenfluten, die mit den gigantischen Containerschiffen aus Asien hierzulande ankommen, überschwemmen uns zunehmend und die Produktvielfalt wird immer größer. Das Wesen der Dinge, deren Sinn und Bedeutung, muss immer wieder kritisch hinterfragt werden — dabei sind Designer durchaus gefordert.

Aber bereits in den 1920er Jahren finden sich gegenläufige Tendenzen: Künstler wie Johannes Itten, Wassily Kandinsky oder Paul Klee interessierten sich sehr stark für die Esoterik, also lagen das Rationale und das Irrationale reichlich nah beieinander. Für das Design gilt das übrigens heute noch genauso.

An der HfG Ulm wurde in den 1960er Jahren versucht, diverse Wissenschaften wie die Semiotik, die Systemtheorie, die Kybernetik, mathematische Techniken u. a. m. für die Gestaltung zu erschließen. Die damals herrschende Aufbruchsstimmung — von mir einmal als „*Steinbruchmentalität*“ bezeichnet — sollte dazu beitragen, wissenschaftliche Erkenntnisbereiche zu erschließen und für das Entwerfen und Gestalten anwendbar zu machen, was für uns damalige Studierende oftmals recht schwierig war. Ziel war es aber nicht, Design als Wissenschaft zu etablieren, sondern diese auf rationale Füße zu stellen, also weg vom intuitiven Kunstgewerbedenken hin zu einer Methodologie der Moderne, die den Entwicklungsstand der Technologien reflektieren und in den Projekten berücksichtigen sollte.

Man muss die HfG Ulm schon im Sinne einer dritten Aufklärung verstehen, die nach dem Zweiten Weltkrieg für das Design überaus bedeutsam war. Dies ist heute ein Auslaufmodell: Der Aufklärung folgt die Abklärung. Zygmunt Bauman (2016) spricht vom Übergang von einer festen zu einer flüssigen, gar flüchtigen Phase der Moderne, in deren Endphase wir uns befinden. Heute gebe es keine Utopien mehr, auch dies übrigens ein Zeichen dafür, dass die Moderne an ihr Ende gelangt ist. In der Kunst spricht man gar vom „*Post-contemporary*“-Trend, ein wunderbares Wort, von dem man gar nicht weiß, was es bedeuten soll — aber es klingt einfach fantastisch gut.

*Wird es die Designtheorie jemals zur anerkannten Wissenschaft schaffen?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Das war nie das erklärte Ziel. Vielmehr geht es um die Anwendbarkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse für die Gestaltungsprozesse, um diese nachvollziehbar, transparent, beurteilbar und kommunizierbar zu machen. Die Designtheorie selbst nutzt Erkenntnisse aus anderen Wissenschaften, wie beispielsweise der Linguistik, der Semiotik, der Systemtheorie, den Kultur- und Sozialwissenschaften, der Ökonomie und Ökologie usw. Dies kommt mir heute jedoch noch immer so ein bisschen wie das Arbeiten in den jeweiligen Steinbrüchen vor, aber wir gehen dabei schon recht gezielt vor. Zu leicht fließen dabei Worte wie interdisziplinär, multidisziplinär oder gar transdisziplinär (*Wolfgang Welsch lässt grüßen*) über die Lippen der Designer, wenn sie ihre Tätigkeit beschreiben sollen, aber etwas Eigenes, Disziplinäres haben sie anscheinend überhaupt nicht:

„inter“ heißt doch dazwischen, also zwischen allen Stühlen sitzend? Daraus folgt, dass man Designforschung gerne „undisciplined“ betreiben möchte, was ja im Kern eigentlich lachhaft ist. Man stelle sich irgendeine Wissenschaft vor, beispielsweise die Medizin, die „undiszipliniert“ vorgeht, da bleibt doch am Ende nur noch das Handauflegen des Mittelalters: Aderlass versus Hightech, das kann wahrlich keine Alternative für das Design im 21. Jahrhundert sein.

Erschwerend kommt hinzu, dass sich mehr und mehr Laien zu Fragen der Designtheorie äußern, ohne je in dieser Disziplin selbst gearbeitet zu haben. Man kann sich auch gar nicht vorstellen, dass Fachwissenschaftler und deren Theorien, wie z. B. die Physik oder Chemie, von Laien betrieben und verbreitet werden. Niemand würde sie ernst nehmen, nur zu Themen des Designs kann sich jedermann äußern, der gute (oder schlechte) Geschmack reicht dafür anscheinend völlig aus.

Hinzu kommt, dass sich in der Wissenschaftslandschaft—— zu dem Design ja nachweislich gar nicht gehört—— seit einigen Jahren ein deutlicher Wandel vollzieht: So hat man inzwischen festgestellt, dass viele interdisziplinäre Projekte nur warme Luft produzieren, deswegen rückt jetzt die „Disziplinierung“ wieder stärker in den Vordergrund, nur das haben die Designer bisher noch gar nicht wahrgenommen, weswegen sie in der Forschungslandschaft auch überhaupt keine Rolle spielen, also auch keine Förderung erhalten, und letztlich autopoetisch dahindümpeln. Der Kommunikationsforscher Arne Scheuermann (2016) konstatiert: „A superficial glance might even suggest that design research has not even made any original contribution to the discipline at all“, und der Frankfurter Soziologe Manfred Faßler (2010) hat es auf einen einfachen Nenner gebracht: „Der ganze Quatsch der Interdisziplinarität, Transdisziplinarität etc. etc. Forscher werden für ihre disziplinäre Forschung bezahlt.“

Unter dieser Problematik leiden übrigens auch die vielerorts eingeführten Promotionsstudiengänge in Design, von denen es inzwischen rund 15 Stück allein in Deutschland gibt, weltweit sollen es über 150 sein. Und was wird so geforscht? Die Themen sind genauso diffus, wie es das Design auch ist, eine Übersicht bietet <http://www.design-promoviert.de/index.php/design-dissertationen/>. Promotionen in den Wissenschaften orientieren sich immer an den Profilen der jeweiligen Institute und sollen dort Erkenntnisfortschritte befördern. Da aber im Design solche Profile äußerst rar sind, bleiben auch die Promotionsthemen reichlich diffus.

An der HfG Offenbach hat man sich dagegen schon sehr früh für ein practice-based Promotionsmodell entschieden, in dem die Verbindung von Theorie und Praxis angewendet werden soll, das heißt, Dissertationen müssen aus einem wissenschaftlich-theoretischen Teil (2/3) und einem praktischen Teil (1/3) bestehen. Dies gewährleistet, dass nicht nur elaborierte designtheoretische Luftschlösser produziert werden, sondern Theorie und Praxis in engem Zusammenhang behandelt werden müssen, denn bekanntermaßen gibt es ja nichts Praktischeres als eine gute Theorie (Kurt Lewin, 1951). Erste Beispiele zeigen, dass dies durchaus zielführend sein kann: die Arbeiten von Annika Frye (2015), die sich mit der „Improvisation im Design“ beschäftigt und dabei insbesondere neue Technologien wie den 3-D-Druck anwendet, von Nico Reinhardt (2016), der Materialbefragungen im Produktdesign durchführt, um weiche und feste Materialeigenschaften am Beispiel eines textilarmierten Keramikpavillons zu erforschen. Sandra Groll (2017) untersucht die Ästhetik des Seriellen, dabei widmet sie sich im Anschluss an Niklas Luhmann und Dirk Baecker insbesondere den Fragen der gesellschaftlichen Funktion von Gestaltung. Ein überaus virulentes Thema, denn hier sind wahrlich noch viele Fragen offen.

Was macht den Dialog über Design so schwierig?

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Es ist bisher nicht gelungen, von der Theorie aus der Designpraxis so viel Stabilität zu verleihen, dass man überhaupt ernsthaft und seriös von einer Disziplin sprechen könnte. Siegfried Maser (1972) hatte aus wissenschaftstheoretischer Perspektive drei Kategorien benannt, die für eine Disziplin notwendig sind:

1. Ziel — 2. Gegenstand — 3. Methoden.

Für das Design bedeutet das: Entwicklung einer Fachsprache, Fragen von Form und Kontext oder Form und Bedeutung (*Semantik*) und Anwendung von geisteswissenschaftlichen Methoden (*Phänomenologie und Hermeneutik*).

Wenn man sich darauf nicht einigen kann oder gar nicht will, dann ist heute vieles einfach nur Scharlatanerie, die sich inzwischen gar in eigenständigen Publikationen niederschlägt. Dies alles sind wahrlich keine Graben- oder Glaubenskriege, sondern Zeichen für die massive Unterentwicklung von Designtheorie und Designforschung.

Ein anderes Beispiel: Die Architektur hat sich seit rund 2.000 Jahren auf die Prinzipien des römischen Architekten Marcus Vitruvius Pollio — genannt Vitruv — verständigt. Bauwerke müssen dreierlei Kategorien genügen: 1. der Zweckmäßigkeit (*utilitas*) — 2. der Festigkeit/Stabilität (*firmitas*) — 3. der Schönheit (*venustas*).

Innerhalb dieser Kategorien gibt es genügend Spielräume zur Ausdifferenzierung, von denen viele (*vor allem öffentliche Gebäude*) insbesondere semantisch-symbolische Qualitäten besitzen. Aber die Geschichte der Architektur ist ja auch schon wesentlich älter als die des Designs. In der Renaissance hatte sodann Giorgio Vasari den Begriff des „*disegno*“ geprägt und diesen in ein „*disegno interno*“ (also dem Konzept) und dem „*disegno esterno*“, also dem vollendeten Kunstwerk (*Zeichnung, Bild, Plastik*) geprägt. Und „*designare*“ heißt ja bezeichnen und somit auch Bedeutung zuweisen, also etwas Unbestimmtes in etwas Bestimmtes zu transformieren, dies ist zudem eine recht elementare Definition von Design.

Wie sinnvoll ist es, nach einer Designtheorie zu suchen?

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Überhaupt nicht, denn das wäre ja veritabler Dogmatismus. Claudia Mareis (2014) spricht deshalb auch ganz zu Recht in ihrer überaus nützlichen Einführung zu diesem Thema von „*Theorien des Designs*“.

Es gibt in allen Wissenschaften Schulen, Richtungen und Lagerbildungen, mit jeweils dezidiert eigenständigen Ausprägungen. In der Medizin beispielsweise gibt es immer recht verschiedene Therapieformen und man muss als Patient durchaus sorgfältig abwägen, mit welcher man am besten zu Rande kommt. Und selbst das

umstrittene Heilpraktikerwesen kann ja in manchen Fällen durchaus wirksam sein — wenn man eben daran glaubt. Der Medienwissenschaftler Hans-Ulrich Reck (1996) hatte dazu angemerkt, dass sich das Industrial-Design heute dort befinde, wo die Medizin vor 500 Jahren gestanden habe. Erst im 19. Jahrhundert befreite sich die Heilkunde von Handauflegen, Aderlass und Humoralpathologie (die sogenannte Säftelehre). Wolfgang Jonas (2011) war nicht ganz so skeptisch, als er konstatierte, die Designwissenschaft befinde sich heute auf dem Stand, den die Medizin vor 200 Jahren hatte. Ganz so kritisch sehe ich das ja eigentlich nicht, denn ein paar Schritte sind wir in der Theorie schon vorangekommen, aber die Nebelschwaden aus der Heilpraktikerkunde umwehen das Design noch recht kräftig und die selbst ernannten „Heiler“ ziehen in Scharen durch die Lande.

Aus Sicht der Designtheorie sehe ich heute durchaus relevante und eigenständige Schulen. Seit den 1960/70er Jahren haben sich die „*Theorie der Produktsprache*“ (HfG Offenbach), die „*Product Semantics*“ (Reinhart Butter, Klaus Krippendorff, die McCoys u.a.) und die Design-Rhetorik etabliert. Alle drei stellen meines Erachtens den disziplinären Kern von Designtheorie dar. Nach der erwähnten, inzwischen obsoleten Tradition des insbesondere deutschen funktionalistischen Erbes „*form follows function*“ hat sich in den 1990/2000er Jahren ein paradigmatischer Wandel vollzogen: „*from function to meaning*“ (Bürdek, 2008). In vielen Produktkategorien gibt es heute mannigfaltige und weitgehend ähnliche technische Varianten. Die sodann notwendige Unterscheidungsfähigkeit ist primär ein bedeutungstiftendes — also semantisches — Phänomen.

Damit kann man durchaus drei Diskurswelten benennen, die die Designtheorie beeinflussen: die linguistisch-semiotischen Wissenschaften, die systemtheoretischen und die gesellschaftlich-sozialen. Gestützt werden diese Diskurse natürlich durch die immer relevanteren Fragen nach den Technologien, der Ökologie (*Nachhaltigkeit*) und ganz besonders der Ökonomie. Dies alles ist zusammen schon reichlich komplex genug, sodass es nicht verwundert, dass sich eine komplexe Designtheorie erst recht ganz zögerlich etablieren kann.

*Blicken wir in die aktuelle Diskussion. Wo steht Ihrer Ansicht nach der Diskurs über das Thema Design aktuell?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Zunächst einmal möchte ich auf ein ganz offensichtliches Dilemma des Designs hinweisen: seine Selbstwahrnehmung und seine Fremdwahrnehmung. Kaum eine andere Disziplin produziert so viel Blödsinn über sich selbst wie das Design. Auch dies ist ein Zeichen für dessen Unterentwicklung. Das Weltverbesserungswesen ist schon weit fortgeschritten — mir scheint, es gibt keine andere Disziplin, die dies von sich selbst gleichermaßen behauptet.

So fand 2014 der World Design Congress in Kapstadt statt, zu dem die Designer aufgerufen wurden, nützliche und nachhaltige Produkte für die Stadt, das Land Südafrika und sogar für die gesamte Welt zu entwerfen. Dort einmal nachgefragt ergab die beschämende Antwort, dass von all den nur zu gut gemeinten Vorschlägen praktisch nichts realisiert wurde.

Und so wird es auch dem World Design Summit in Montreal 2017 ergehen, bei dem der Aufruf lautet: „*Share with us your ideas, creativity and knowledge on how we can utilize the many disciplines and elements of design to compose a better future for all ... Now is the time to harness the power of design to create real paradigm shifts and positive change. Looking forward to what you have to offer.*“ Das klingt vordergründig gut und zeigt die allgemeine Betroffenheit vieler Designer, aber in der Realität kommt davon nichts an. Ein bisschen Stadtgestaltung ist nicht wirklich hilfreich, und das derzeit so virulente „*Social Design*“?

Sicherlich, das alles können natürlich nur die Designer. Selbst die Architekten, die sich mit wahrlich komplexeren Themen beschäftigen, wären damit doch reichlich überfordert. Und auf der anderen Seite: Ein deutsches Nachrichtenmagazin führt eine online Rubrik, die da lautet: „*Design, Mode, Kochen, Lifestyle*“, das ist doch durchaus realistischer. Die eklatant auseinanderklaffende Selbst- und Fremdwahrnehmung ist das eigentliche Dilemma des Designs: Ob Bad-Design, Dach-Design, Food-Design, Hair-Design, Nail-Design u. v. a. m., die Welt funktioniert einfach nicht mehr ohne Design. Aber woran liegt das?

Der Ausgangs des 20. Jahrhunderts weit fortgeschrittene Sättigungsgrad westlicher Gesellschaften hat dazu geführt, dass Design zunehmend als Instrument der Differenzierung eingesetzt wird. Die italienische Möbelindustrie beispielsweise propagiert das Motto „*Existenzmaximum*“ versus „*Existenzminimum*“, die deutsche Automobilindustrie verknüpft sehr intelligent Hightech mit High-Design und ist damit global erfolgreich. Und die asiatischen Elektronikunternehmen beschäftigen Heerscharen von Designern, um deren Produkte begehrt zu machen. Überhaupt sind es die Begehrnisse, die den „*ästhetischen Kapitalismus*“ (Gernot Böhme, 2016) befeuern. Kann man Bedürfnisse befriedigen, so erzeugen Begehrnisse wiederum nur neue Begehrnisse: Jedes halbe Jahr ein neues Smartphone muss schon sein, um gesellschaftlich up to date zu sein. Und die von Karl Marx getroffene Unterscheidung zwischen Gebrauchswerten und Tauschwerten von Waren (Produkte) wird durch den „*Inszenierungswert*“ erweitert. Die Wirtschaft insgesamt wird somit vom Prinzip der „*ästhetischen Ökonomie*“ dominiert.

*Wer vertritt Ihrer Ansicht nach eine wegweisende Auffassung dazu?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Ich möchte dazu keine personifizierte Antwort geben, sondern vielmehr auf drei Bereiche eingehen, die für das Design von besonderer Relevanz sind. Die „*ästhetische Ökonomie*“ wird insbesondere dadurch befördert, dass wir im Design mit dem gesellschaftlichen Phänomen konfrontiert sind, dass sich Produktgestaltung zur Lebensgestaltung gewandelt hat. Das wohl bekannteste Beispiel dafür ist das Unternehmen Apple, bei dem neben den funktionalen Aspekten der Produkte eben der „*community*“-Gedanke im Vordergrund steht: Das Begehren nach den Apple-Produkten wird durch die Zugehörigkeit zu dieser Gemeinschaft belohnt, die eben auch einen dezidierten Lebensstil darstellt, ein Phänomen, das inzwischen in Asien einen hohen Stellenwert besitzt und den Erfolg von Unternehmen maßgeblich beeinflusst.



In jüngster Vergangenheit haben sich drei Bereiche herauskristallisiert, die zu neuen Domänen von Design geworden sind: das Interface-/Interaction Design, das strategische Design und die sogenannten Neuen Technologien.

Interface-/Interaction Design wurde in den 1980er Jahren zu einem bedeutsamen Thema, die zunehmende Digitalisierung der Produkte erforderte das Nachdenken über deren Funktionalitäten und Handhabung (*also die Bedienstrukturen*), eine klassische Domäne des Designs und auch neue Formen der Anschaulichkeit mussten gefunden werden. Dieses Feld hat sich zu einem auch ökonomisch wichtigen Arbeitsgebiet entwickelt, auf das sich viele Designbüros gestürzt haben und wodurch sich Produktkulturen digitaler Produkte durchaus verbessert haben, aber es bleibt noch viel zu tun: Die Verwirrungen der Benutzer durch die unterschiedlichsten systemischen Ansätze sind noch recht heftig.

Seit den 1960er Jahren gibt es durchaus ernst zu nehmende Ansätze, das Thema Design-Management in der Industrie zu etablieren. Seit den 1990er Jahren werden Designstrategien thematisiert, die für Unternehmen relevant sind. So hat beispielsweise Hartmut Esslinger (2014) anschaulich geschildert, wie die Entwicklung einer Produktsprache („*snow white*“) bei Apple zum strategischen Element der Unternehmenskultur befördert wurde. Strategisches und Markendesign prägt und befördert insbesondere die Produktkulturen von Unternehmen und visualisiert deren technologische Kompetenz.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wurden die Neuen Technologien (*Rapid Prototyping, 3-D-Druck, Lasertechnologien etc.*) zu einem bedeutsamen Feld, das wirklich der Gestaltung bedarf. Auch hier haben sich Designbüros profiliert, ein Thema, das durch die Industrie 4.0 weiterhin befördert wird. Insbesondere 3-D-Druck-Technologien spielen u. a. eine bedeutsame Rolle bei der Individualisierung von Produkten, dabei sind insbesondere die Designer gefragt.

### Warum?

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Ganz einfach: Im Gegensatz zu all den spekulativen Entwürfen, die die Medien so gerne abdrucken, um den Design-Hype zu bedienen und zu befeuern, handelt es sich bei diesen drei Bereichen um wirklich relevante Aufgabengebiete, bei denen die enge Verknüpfung von Design und Ökonomie offensichtlich wird. Also jenseits des Kunst-Hypes, der auch an einigen deutschen Designhochschulen praktiziert wird, handelt es sich hierbei um globale Designthemen, die derzeit insbesondere in Asien große Relevanz besitzen.

*Damit wir das einordnen können. Welche Evolution ging dieser Betrachtungsweise voraus? Oder anders gefragt welche maßgeblichen Auffassungen zum Design hat es in den vergangenen Jahrzehnten gegeben?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Das habe ich ja schon versucht darzustellen. Anfangs des 20. Jahrhunderts hat sich das Design von der kunsthandwerklichen Tradition abgekoppelt und wurde autonom. Das Bauhaus und die HfG Ulm waren dafür die Wegbereiter. Jetzt sind es die neuen technologischen und ökonomischen Themen, die für das 21. Jahrhundert immer bedeutsamer werden. Alles andere ist mediales Hintergrundrauschen, das dem Design mehr schadet, als dass es weiterhilft.

*Konnte eine Designtheorie den Blick auf unsere gesellschaftliche Lebensform schon einmal verändern?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Ich denke schon. Heute verfügen wir über ein ausreichend fundiertes Verständnis von Design und seinen Wechselwirkungen, zu gesellschaftlichen, ökonomischen und auch ästhetischen Fragestellungen. Die Handlungsspielräume sind weiter geworden und Designentscheidungen lassen sich leichter und fundierter treffen. Design als Lebensgestaltung kann nur vor der Folie dezidierter wissenschaftlicher Erkenntnisse realisiert werden, denn sonst bleibt es Spekulation oder es produziert nur bunte Bilder.

*Wenn eine neue Perspektive die Sichtweise auf ein Thema neu formuliert, kann sich in gewisser Hinsicht über Nacht die Ansicht zu einem Thema vollständig verändern. Welche neue Perspektive würden Sie dem Thema Design wünschen, um die heute vorherrschende Auffassung „über Nacht“ verändern zu können?*

P R O F . D R . B E R N H A R D E . B Ü R D E K

Nun, die Eigenbrötlereien mannigfaltiger Akteure, die sich zur Designtheorie äußern, sind einfach nur kontraproduktiv. Hinzu kommt, viele Kommentare stammen von solchen Menschen, die nie etwas mit Design in der Praxis zu tun hatten, jeder kann sich also etwas zusammenstricken, was dann Designtheorie genannt wird. Die Unreife der Disziplin zeigt sich sodann in den permanenten Grabenkriegen, und noch einmal: Würde man so beispielsweise Medizin betreiben, dann wären viele von uns doch schon längst tot.

*Lieber Herr Professor Dr. Bürdek, ich danke Ihnen für das Gespräch.*