

# Theorie und Praxis im Design

Von Bernhard E. Bürdek

**Die jüngsten Debatten** – wie ganz aktuell im design report, aber auch in einigen Internet Communities sowie auf internationalen Kongressen – verweisen darauf, dass es derzeit wieder einen wachsenden Bedarf an Theorie im Design gibt. Ein weiteres Indiz: Auf Initiative der allzeit agilen Uta Brandes und Michael Erlhoff befindet sich gar eine „Deutsche Gesellschaft für Designgeschichte und -theorie“ in Vorbereitung. Solche Gesellschaften haben – in positiver akademischer Tradition sowie in professioneller Hinsicht – in anderen Ländern wie beispielsweise Großbritannien oder in Asien durchaus Bedeutung und auch Einfluss auf die Designpolitik der jeweiligen Länder.

Hierzulande hatte es die Theorie im Design immer schwer. Masiv in Verruf geriet das zarte, vornehmlich auf dem Ulmer Kuhberg gehegte Pflänzchen in den ausgehenden 60er Jahren, als es zur gesellschaftskritischen Theorie<sup>1</sup> (Designtheorie = Gesellschaftstheorie) mutierte – von wo aus kaum Wege zurück zum Entwerfen führten. Da dieses ja überhaupt erst nach der Revolution möglich sein sollte, verharrt sicherlich noch manch einer der damaligen Apologeten in den Startlöchern – oder wartet inzwischen auf die Pensionierung an einer Designhochschule. Die 80er Jahre waren eher durch gestalterischen Aktionismus geprägt, die Postmoderne selbst hat in Architektur und Design übrigens kaum relevante theoretische Diskurse herausgebildet, es wurde nur gebaut und entworfen.

## Von der Formgebung zur Sinngebung

In den 90er Jahren wurden zwei Entwicklungen prägend, die auch die Debatten in und um die Designtheorie veränderten: So machte es die rasante Digitalisierung der Produkt- und Lebenswelten erforderlich, wesentlich intensiver darüber nachzudenken, nach welchen Gesetzen und Prinzipien beispielsweise Interaktionen, Navigationen, hypermediale Konzepte, narrative Elemente zu gestalten sind. Ein Grund dafür, dass sich auf diesen Gebieten viel mehr Produkt- als Grafikdesigner tummeln, ist, dass erstere doch eher an den Strukturen interessiert sind, letztere an den Erscheinungen.

Die technologischen, sozialen und ökonomischen Veränderungen in der Designpraxis brachten es aber auch mit sich, dass erneut ein Hang zum Designmanagement einsetzte, den es in den 60er Jahren im Zuge der Designmethodologie-Bewegung schon einmal gab. War es damals mehr die Organisation der Entwurfsprozesse, so ging es in den 90er Jahren um deren Inhalte: Diesen Paradigmawechsel meinte ich mit dem Übergang „Von der Formgebung zur Sinngebung“<sup>2</sup>. Designer und Designbüros mutierten von Machern zu Beratern. Die Hilflosigkeit vieler Unternehmen, Sinn zu generieren – das heißt hier Werte und Marken, anstatt permanent immer nur neue Produkte auf den Markt zu werfen – wurde im Design aufgegriffen, um „ganzheitliche“ Dienstleistungen zu offerieren. So zeigt beispielsweise die internationale Automobilindustrie recht eindrucksvoll, wie über weite Strecken auf höchster Stufe technologische Spitzenleistungen brillant gestalterisch kommuniziert werden. Gefragt ist dabei Wissen über Design und seine Wirkungen – also Theorie. In vielen Fällen haben strategische Designer

heute die Rolle der über lange Zeit bewunderten Marketingleute übernommen. Können letztere zwar wunderbare „briefings“ schreiben, so sind nur erstere in der Lage, diese auch adäquat zu kommunizieren, zu visualisieren, den eigenen Konzepten und Gedanken Form und Anschauung zu geben oder gar zukünftige Szenarien über den Nutzen neuer Produkte auszudrücken: Imagineering ist angesagt – also Theorie und Praxis.

## Neubewertung der Empirie

Und damit alles nicht nur Spekulation bleibt, gewinnt seit einigen Jahren die Empirie einen hohen Stellenwert. Die nicht nur von uns in der Designtheorie so favorisierte Hermeneutik<sup>3</sup> wird zur „Empirischen Hermeneutik“ weiterentwickelt, so ein jüngst neu installierter Lehrstuhl an der Universität Siegen. Uli Skrypalle, Vice President bei designafairs in München, hatte in diesem Zusammenhang einmal in einem Gespräch auf den Übergang von der „Phänomenologie zur Empirie“ verwiesen. Nicht allein das subjektive Empfinden einzelner Designer, Marketingleute oder Entwickler bestimmt den Produktentwicklungsprozess, sondern vielmehr die kontinuierliche Überprüfung der Konzepte durch die jeweiligen Zielgruppen. Und so nehmen die Firmen auch viel Geld in die Hand, Produkte vor ihrer Markteinführung zu testen, sei es durch Produktkliniken (wie in der Automobilindustrie) oder aufwändige Usability-Tests (wie in der Kommunikations- und Softwareindustrie). Und um das alles erfolgreich betreiben zu können, bedarf es auch dafür des Wissens um und über Design – also Theorie.

## Soziologisches Wissen und Kompetenz

Im Gegensatz zur Gesellschaftstheorie der ausgehenden 60er Jahre ist heute vermehrt soziologisches Wissen gefragt. Lebensstile und Produktnutzen vergrößern die sozialen Differenzen, machen sie aber auch planbarer – mit allen Risiken natürlich. Paul Nolte<sup>4</sup> beispielsweise hat präzise solche Veränderungsprozesse beschrieben, von denen aus Produktkonzepte zu entwickeln sind. Aber auch Agenturen wie Sinus Lebensweltforschung oder Sommer-Research, Büros wie das Zukunftsinstitut (Matthias Horx) oder das Trendbüro in Hamburg (Peter Wippermann) liefern primär einmal Wissen um die Kontexte der Produkte – also Theorie und Praxis.

Damit verbunden ist die zentrale Frage nach dem „body of knowledge“, den es im Design und seiner Theorie zu generieren gilt. Denn ohne eigenes, also disziplinäres Wissen bleibt der Versuch, sich in interdisziplinäre Entwicklungs- und Gestaltungsprozesse einzubringen<sup>5</sup>, schlichtweg Scharlatanerie und wird auch in der Praxis kaum mehr ernst genommen. Erik Spiekermann hat dabei sehr treffend die Debatte um die „Kernkompetenz“ aufs Korn genommen, indem er zu mir sagte, dass das doch alles Quatsch sei: „Entweder du bist kompetent oder nicht.“

Die an der Universidad de Barcelona, Dept. of Design and Visual Arts, lehrende Anna Calvera hat dies zusammen mit Oriol Moret<sup>6</sup> auf den Punkt fokussiert, dass sich Designforschung darauf konzentrieren müsse „to build up design knowledge and its scientific

## „Hierzulande hatte es die Theorie im Design immer schwer.“

Die Zeit ist reif um Ethik  
mit Ästhetik zu verknüpfen

framework“. Es geht also um Gegenstände und Methoden von Design. Die Designmethodologie wird dabei zu einem Meta-Diskurs, bei dem der Gegenstand nicht mehr die Methoden, wie in den 1960er Jahren in Ulm<sup>7</sup>, sondern der Prozess des Entwerfens selbst ist. Dieser Prozess ist fürwahr nichts Starres und endgültig Geregelt; mit den sich verändernden Aufgaben verändern sich eben auch die Methoden (siehe oben), aber es geht im Kern um „Gestaltung“, ein Begriff der wesentlich weiter reicht als der inzwischen arg strapazierte Begriff von Design: „Mehrdimensionale Beziehungen erfassen, Unterschiede wahrnehmen und formen, Anschlüsse gestalten – all diese hier nur angedeuteten Denkbewegungen münden in eine übergreifende Kompetenz, die ich als ‚Gestalt-Kompetenz‘ bezeichne. Darunter verstehe ich die Fähigkeit zur stimmigen Gestaltung der Beziehungen und Verbindungen, zur bewussten Formbildung der Informations- und Transformationsprozesse unserer Zeit. Ich bin davon überzeugt, dass sie eine Schlüsselkompetenz für die Meisterung der Herausforderungen im 21. Jahrhundert ist. Es wird zwar häufig von der ‚Gestaltung des Wandels‘ gesprochen, aber bislang machen wir uns selten klar, was diese Redewendung heute bedeuten könnte. Wie viel investieren wir beispielsweise immer noch in die Gestaltung fest stehender materieller Dinge – von der Architektur der Verwaltungsgebäude über das Produktdesign bis zum Verpackungsdesign – und wie wenig im Vergleich dazu bewusst in die Gestaltung unserer geistigen Projekte, in die Formung unseres intellektuellen Kapitals.“<sup>8</sup>

### Möglichkeiten zur Promotion

Angesichts der globalen Veränderungen konzentriert man sich derzeit auch in der internationalen Designlandschaft auf eine Theoriebildung, die aber nicht losgelöst von Lehre, Forschung und Praxis betrieben wird. Deshalb werden auch die weltweit angebotenen Promotionsstudiengänge im Design derzeit so intensiv nachgefragt. Asiatische Unternehmen beispielsweise stellen qualifizierte Mitarbeiter für zwei bis drei Jahre frei und finanzieren damit massiv deren Weiterqualifikation via Promotion, damit diese nach Rückkehr in die Unternehmen Management-Funktionen wahrnehmen können. Und auch die brasilianische Regierung will eine Anzahl von Promotionsstipendien vergeben, um den dort in der Lehre tätigen DesignerInnen die Chance zu geben, via Promotion ihr eigenes Niveau und damit das der Designausbildung im Lande selbst zu erhöhen. Gefragt ist also auch hier Theorie. Deutschland nimmt dabei – wieder einmal – keine überaus prominente Position ein. In einer von Dagmar Steffen jüngst angefertigten Studie<sup>9</sup> über nationale und internationale Promotionsmöglichkeiten im Design (mit einem besonderen Blick auf die „Practice based Ph.D.“-Modelle) wird deutlich, dass darin erhebliche Chancen auch für die Designhochschulen liegen. Heute bieten hierzulande gerade einmal

- die Bergische Universität / Gesamthochschule Wuppertal,
- die Bauhaus Universität Weimar,
- die Universität Gesamthochschule Essen sowie
- die Hochschule der Bildenden Künste in Braunschweig

Promotionsmöglichkeiten für DesignerInnen. Bei allem Respekt vor diesen Institutionen ist es aber gleichwohl so, dass dort doch eher klassisch wissenschaftlich-theoretische Arbeiten zur Promotion verlangt werden, als dass sie schon Überlegungen zu dem zukunfts-trächtigen Modell eines „Practice based Ph.D.“ aufgreifen würden. Die Leitbilder der Geistes- und Naturwissenschaften (Kunst- und Designgeschichte, Kommunikationstheorie oder Ergonomie) bestimmen weiterhin die Art und Weise der durchgeführten Arbeiten. Das Unbehagen daran artikuliert sich aus der Sicht des Designs immer dort, wo die Gegenstände der Arbeiten oftmals mit der Praxis des Entwerfens wenig zu tun haben. Wissenschaftlichkeit, die sich darin artikuliert, wie viele Quellen zitiert werden (gelegentlich weit über eintausend), kollidiert dabei berechtigterweise mit der Tatsache, dass es im Design weiterhin um Artefakte geht – seien sie Hardware, Software, Service- oder Eventdesign. Benötigt wird also Theorie und Praxis. Damit soll wahrlich nicht einer verkürzten „Formgebung“ das Wort geredet werden, sondern schlichtweg an die Tatsache erinnert werden, dass Design mit Produkten zu tun hat: deren Handhabung, Nutzung, Rezeption, Interpretation und ganz besonders natürlich deren Kontexte. Dem müsste eine „Theorie des Designs“ gerecht werden, so sie dem Anspruch in ihrem Namen entsprechen will. Dies ist – genauer betrachtet – jedoch keine übermäßig neue Erkenntnis, stellte doch schon Christopher Alexander<sup>10</sup> mit seiner legendären Arbeit „Notes on the Synthesis of Form“ anfangs der 60er Jahre die intensive Auseinandersetzung mit Form und Kontext in den Mittelpunkt seiner Überlegungen. So gesehen also doch nichts Neues in der Designtheorie?

**Bernhard E. Bürdek ist Designer, Professor und Publizist. Er lehrt an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach und leitet das Designbüro Vision & Gestalt.**

- 1 Wolfgang Fritz Haug: Kritik der Warenästhetik, Frankfurt a. M. 1971
- 2 Bernhard E. Bürdek „Design: Von der Formgebung zur Sinngebung“, in: Guido Zurstiege / Siegfried J. Schmidt (Hrsg.) Werbung, Mode und Design, Wiesbaden 2001
- 3 Dagmar Steffen, mit Beiträgen von Bernhard E. Bürdek, Volker Fischer, Jochen Gros „Design als Produktsprache“, Der „Offenbacher Ansatz“ in Theorie und Praxis, Frankfurt a. M. 2000
- 4 Paul Nolte „Unsere Klassengesellschaft“, in: DIE ZEIT Nr. 2, 4. Januar 2001, Paul Nolte „Die Ordnung der deutschen Gesellschaft“, München 2000
- 5 siehe dazu: Bernhard E. Bürdek „Über Sprache, Gegenstände und Design“ in: formdiskurs 3, II/1997
- 6 Anna Calvera & Oriol Moret: interner Beitrag zum CDA Final Report über Doctoral Design in Europe, Barcelona 2002
- 7 siehe dazu: Bernhard E. Bürdek: Design-Theorie. Methodische und systematische Verfahren im Industrial Design, Ulm 1971
- 8 Bernhard von Mutius: Die Verwandlung der Welt, Stuttgart 2000, S. 265
- 9 Dagmar Steffen: Entwicklungsperspektiven eines Postgraduierten-Studienganges an der Hochschule für Gestaltung Offenbach (unveröffentlichte Studie), Frankfurt/Offenbach, Januar 2002.
- 10 Christopher Alexander: Notes on the Synthesis of Form, Cambridge, Mass. 1964