

Produktgestaltung

Oder wo bleibt denn hier die Kunst?

von Bernhard E. Bürdek

Seit einiger Zeit werden im Fachbereich Produktgestaltung jeweils zu Vorlesungsende Design- und Projektarbeiten hochschulöffentlich präsentiert. Eine Regelung, die auch an anderen Hochschulen generell üblich ist, bei uns bisher nur für Vordiplom- und Diplomarbeiten galt. Die Vorteile liegen auf der Hand: Lernende und Lehrende können sich über Themen, Trends, Meinungen informieren und gemeinsam diskutieren. Die Arbeiten verschwinden nicht in anonymen Archiven, sie sind in den Vitrinen des Fachbereichs über längere Zeit hinweg präsent.

Nach der letzten Präsentation berichtete Uwe (?) in einem ASTA-Info über eine Diskussion zum Thema „künstlerisches Experiment“. Seine Interpretation: „Das künstlerische Experiment bietet die Möglichkeit zu einer Gestaltung, die weder von ökonomischen, produktionstechnischen oder ideologischen Zwängen beeinflusst wird, und deren Grundlage einzig der menschliche Maßstab ist.“ Dieser Satz dient als Ausgangspunkt für einige subjektive Überlegungen.

Ist die Hochschule eine Insel?

Das Ausblenden jeglicher gesellschaftlicher Realität, das sich in diesem Satz widerspiegelt, ließ mich erschrecken. Von hier aus ist es nur noch ein kleiner Schritt zu Paul Feyerabend's ketzerischer These: Der einzige Grundsatz, der den Fortschritt nicht behindert, lautet: Anything goes – Mach was du willst. So steht bei Uwe eigentlich nicht der Mensch im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern er selbst – das Ich. Sicherlich, man hat den fortdauernden Zwang zur Anpassung an ständig sich ändernde Lebensverhältnisse satt. Man will nicht mehr werden, man will endlich sein (Erich Fromm).

Es ist schon schwierig genug, mit sich selbst ins Reine zu kommen, eine Orientierung zu finden. Warum sich dann auch noch um andere kümmern. So führen die Probleme gesellschaftlicher Überkomplexität (Jürgen Habermas) rasch zum Subjektivismus. In der Kunst erleben wir zur Zeit die Inthronisierung des Dilettanten zum Genie. Er reagiert nicht auf die Geschichte, es genügen ihm Inventionen seiner spontanen Natur, die er verabsolutiert (Ausstellung Zeitgeist in Berlin). Damit einher geht eine vermehrte Denkfaulheit, die sich als Theoriekritik tarnt. Gleichwohl setzen auch wir weiterhin auf die Kunst am Denken, auf den Genuß, Realität sich intellektuell anzueignen (E. Knödler-Bunte).

Gestaltung versus Kunst

Es sei daran erinnert, daß der Fachbereich Produktgestaltung bereits vor einigen Jahren in seiner

Studienordnung das Aufgabengebiet der Disziplin klar umrissen hat: Der Studiengang qualifiziert für Tätigkeitsfelder, die sich mit der Planung, Entwicklung und Gestaltung von hauptsächlich industriell hergestellten Produkten und Produktsystemen sowie ihre Beziehungen und Wechselbeziehungen zum Menschen befassen. Nun ist es wahrlich naiv zu glauben, daß dadurch Gestaltungsmuster oktroyiert werden und einseitiges Rasterdenken perpetuiert wird. Ganz im Gegenteil: Gerade in den vergangenen 2–3 Jahren hat sich der Themenkreis von Studien- und Projektarbeiten erweitert. Von den mehr technisch-orientierten Themen hin zum Bereich Wohnen: Möbel, Lampen, Glas, Keramik. Insbesondere das Material Holz hat neue Bedeutung gewonnen, obgleich die zu stark vereinfachte These Kunststoff ist böse, Holz und Metall sind gut, ihre Ursache in der mangelnden Reflektionsfähigkeit über ökonomische und ökologische Zusammenhänge hat. Die Toleranzschwelle ist dabei sehr hoch, selbst wenn funktionaler und ökologischer Unsinn am Beispiel eines „schottischen“ Schreibstiftes präsentiert werden. Festzuhalten bleibt jedoch, daß Produktgestaltung immer den Aspekt der seriellen Reproduktion enthält. Die Negation ökonomischer und produktionstechnischer Zusammenhänge verweist deshalb auf das angeblich „künstlerische“ Unikat, oder, wie es Walter Benjamin formuliert hat: „Es ist das Eigentümliche der technischen Gestaltungsformen (im Gegensatz zu den Kunstformen), daß ihr Fortschritt und ihr Gelingen der Durchsichtigkeit ihres gesellschaftlichen Inhalts proportional sind (Passagen-Werk, Band V'1, Frankfurt/M. 1982, S. 581).

Abkoppelung von der gesellschaftlichen Entwicklung

Die vor einigen Jahren gefällte Entscheidung, den Fachbereich nicht von Produktgestaltung in Industrial Design umzubenennen, stellt sich im Nachhinein als richtig dar. Produktgestaltung umfaßt auch den Übergangsbereich von der Groß- zur Kleinserie bis hin zur manufakturrellen Produktion, eine Tendenz, die sich in der veränderten gesellschaftlichen Realität der 80er Jahre als neue Perspektive eröffnet. Mittlere Technologien, Dezentralisierung, Regionalismus bis hin zu alternativen, selbstbestimmten Produktionsformen sind heute Praxisfelder, in denen neue Arbeits- und Gestaltungsformen erprobt werden. Auf der anderen Seite darf nicht übersehen werden, daß sich eine neue technologische Revolution abzeichnet, die durch die Neuen Medien geprägt wird. In ihnen liegt die wichtigste Wachstums-

branche der kommenden Jahre: Video, Bildschirmtext, neue Kopierverfahren, Opto-Elektronik und Mikrocomputer sind nur einige Stichworte. Sie beginnen bereits sämtliche Lebensbereiche zu tangieren. Die dramatischen Veränderungen der Arbeitswelt hinterlassen schon deutliche Spuren. Sich davon abzukoppeln, heißt natürlich auch, sich selbst zu disqualifizieren, die Augen zu schließen, sich dem „Recycling of the Past“ hinzugeben und von der guten alten Zeit zu träumen, in der der Handwerker für seinen Kunden eine Vitrine oder ein Schränkchen zimmerte. Nicht nur in der Musik, in der Malerei, in der Architektur und auch im Design fliegen uns jetzt die Leichenteile der Geschichte um die Ohren. Nur, sie werden in den meisten Fällen technologisch exzellent vorgeführt.

Zeichenhafte Funktionen von Gegenständen

Die Beschäftigung mit Zeichenhaftigkeit und Bedeutungen erweist sich nicht nur in der Produktgestaltung als wichtige Grundlage. Ein Großteil der Architekturdiskussion der letzten Jahre ist vom neuen Verhältnis zur Zeichenhaftigkeit geprägt. Die diesjährige Tagung der Kunsthistoriker anläßlich der documenta in Kassel gab dem semiotischen Ansatz breiten Raum, und der Kunstkritiker Eduard Beaucamp konstatierte in seinem Bericht über die „documenta 7“ in der FAZ, daß die Metaphysik in Europa im Design verkommen ist. Mendini, Sottsass, de Lucci, Jencks, Venturi und natürlich Hans Hollein sind die Apologeten dieser Bewegung. Die breite Rezeption dieses Ansatzes findet ihren Ausdruck in einer Designsemantik von Michael Franz: „Funktionserfüllung ist erst dann auch Sinnerfüllung, wenn der Konsument als hoch differenziertes Subjekt respektiert wird, das sich in einem Spektrum von Lebensäußerungen, -bedürfnissen, -beziehungen, -tätigkeiten ganzheitlich zu entfalten strebt, um sein gesellschaftliches Wesen zu verwirklichen. Gestaltung leitet ihr Konzept aus diesem doppelten Bezug, Funktion und Sinn der Gegenstände ab“ (form+zweck 2/1980). Experimentelle Gestaltung hätte also an der Stelle anzusetzen, wo Zeichensysteme, Bedeutungen von Gegenständen nicht nur für das Individuum, das sie kreierte, sondern von den jeweiligen gesellschaftlichen Gruppen dechiffrierbar sind. Die visuelle Sprache von Gegenständen ist natürlich nicht eindeutig, die Bedeutung übermitteln das visuelle Zeichen als Ganzes. Jede Sprache setzt zudem konventionell vereinbarte Zeichen voraus (W. Kücker). Selbst der Gegendrend zur semiotisch-apparativen Gestal-

tung, z.B. Produkte der Alternativbewegung oder der soft-technology entwickeln ihre eigene Symbolik. Dies nachzuweisen und weiterzuentwickeln ist genau so relevant wie die Beschäftigung mit den oben erwähnten sophisticated technologies und deren jeweiliger Produktsprache. Christopher Alexanders „Pattern language“ ist dafür ein geeignetes Instrumentarium: die Zerlegung der Umwelt des Menschen in kleine und kleinste, leicht überschaubare und zu handhabende Elemente. Dieser Ansatz ist etwas vollkommen anderes, als der angeblich „künstlerische“ Ego-Trip. Unter dem Deckmäntelchen „künstlerischer Experimente“ verbirgt sich zu leicht Banales, Epigonales oder individualistischer Expressionismus. So gesehen, ist Produktgestaltung sicher eine Kunst, nämlich die Kunst, sinnvolle, d. h. gesellschaftlichen Bedingungen und Notwendigkeiten entsprechende Produkte zu entwickeln und die dafür adäquate Produktsprache zu finden.