

Das Design-Dilemma
zwischen Kunst
und Problemlösung
Philipp Zitzlsperger

Das Design-Dilemma

Das Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung

Philipp Zitzlsperger

**HATJE
CANTZ**

**HATJE
CANTZ**

Impressum

Autor
Philipp Zitzlsperger

Projektmanagement
Richard Viktor Hagemann

Lektorat
Pia Oddo, Berlin

Grafische Gestaltung
Neil Holt

Schrift
Arnhem

Verlagsherstellung
Vinzenz Geppert

Reproduktionen
Johann Hausstätter, Berlin

Druck
GRASPO CZ, A.S., Zlín

© 2021 Hatje Cantz, Berlin, und Autor

© 2021 für die abgebildeten Werke von Le Corbusier: F.L.C./VG Bild-Kunst, Bonn

© 2021 für die abgebildeten Werke von Marcel Duchamp: Association Marcel Duchamp/VG Bild-Kunst, Bonn

© 2021 für die abgebildeten Werke von Pablo Picasso: Succession Picasso/VG Bild-Kunst, Bonn

© 2021 für die abgebildeten Werke von George Grosz: Estate of George Grosz, Princeton, N.J./VG Bild-Kunst, Bonn

© 2021 für die abgebildeten Werke von Lyonel Feininger, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand und Wilhelm Wagenfeld: VG Bild-Kunst, Bonn

© 2021 für die abgebildeten Werke von Andy Warhol: Andy Warhol Foundation for Visual Arts / Artists Rights Society (ARS), New York

Erschienen im
Hatje Cantz Verlag GmbH
Mommsenstraße 27
10629 Berlin www.hatjecantz.de

Ein Unternehmen der Ganske Verlagsgruppe

ISBN 978-3-7757-4863-6

ISBN 978-3-7757-4886-5 (E-Book)

Printed in Czech Republic



Die Publikation wird ermöglicht durch Unterstützung von:



Inhalt

Vorbemerkung

Einleitung

1 Kunst – vom Kunstgewerbe zum Design

1.1 Ästhetik als Problemgeschichte des Designs

1.2 Die große Divergenz

1.3 Vom Disegno zum Design

2 Industrie – vom Design zur Dienstleistung

2.1 Typenstreit und Rebellion

2.2 Norm und Form

2.3 Narrative des Aura- und Qualitätsverlustes

3 Pragmatismus – Design im amerikanischen Denkstil

3.1 Technik und Teleologie

3.2 Form und Funktion

3.3 Pragmatismus und Problemlösung

Schluss

[Anmerkungen](#)

[Bibliografie](#)

[Register](#)

Vorbemerkung

Im Folgenden steht der Design-Begriff für Angewandte Kunst, Gebrauchskunst oder Kunstgewerbe. Er steht für den kreativen Prozess und sein Ergebnis, das Artefakt als Ding oder Raumgestaltung, nicht jedoch für reine Denk-, Problemlösungs-, Organisations- oder Planungsprozesse, mithin das Management, die Strategien statt Artefakte produzieren und heute unter dem Design-Begriff (zum Beispiel Design Thinking) firmieren. Auch wenn der Design-Begriff in Großbritannien erst seit den 1830er-Jahren und im deutschen Sprachraum erst nach 1945 gebräuchlich war, findet er im vorliegenden Text selbst für vormoderne Epochen seine Verwendung. Eine derartige Sprachökonomie verfehlt die Sache nicht, sofern die Einschränkung auf materielle und visuelle Artefakte gegeben ist. Denn auch heute ist der Design-Begriff ein Sammelbegriff für Gestaltung und Formgebung, aber auch für Kunstgewerbe, Gewerbekunst, Gebrauchskunst oder Angewandte Kunst. Es ist signifikant, dass „Design“ im allgemeinen Sprachgebrauch die Begriffe mit dem Beiwort „Kunst“ ersetzt hat. Die sprachliche Verdrängung der Kunst aus dem Design und ihre Ursachen sind Thema der folgenden Ausführungen. In Zeiten der Dekolonisierung mag es reduktionistisch erscheinen, dass dabei eine vorwiegend westliche Perspektive eingenommen wird. Für die hier angestellte Entmystifizierung ist sie notwendig, da sich das Thema sonst methodisch aus historisch vergleichender Perspektive nicht bearbeiten lässt. Die Einbindung der folgenden Grundsatzfragen in einen sehr viel größeren kulturellen Kontext wäre notwendig, muss jedoch vorerst ein Desiderat bleiben.

Im Text wird das generische Maskulinum verwendet. Begriffe wie „Designer“, „Künstler“ oder „Auftraggeber“ adressieren alle denkbaren Geschlechter. Zwischen ihnen wird unterschieden, wenn es dezidiert um weibliche beziehungsweise männliche Akteursgruppen geht.

Einleitung

„Mit Kunst kann man sich nicht die Zähne putzen.“¹ Dem Ausruf des niederländischen Dadaisten Theo van Doesburg (1923) ist kaum zu widersprechen. Zumindest im europäischen Kulturraum ist die Gesellschaft darauf geeicht, dass Kunst dem Alltag enthoben und kein Gebrauchsgegenstand ist. Kunst gebietet Distanz und Kontemplation. Design hingegen ist Anwendung, Ge- und Verbrauch. Diesem gesetzten Unterschied haben sich sowohl die Vertreter der Design- als auch jene der Kunst-Disziplin gefügt und einen mentalen wie institutionellen Graben zwischen Design und Kunst gezogen. Dagegen arbeiteten bereits im 19. Jahrhundert Kritiker wie Gottfried Semper an; die Avantgarde der 1910er-, 1920er- oder 1960er-Jahre schwärmte von der Kunst im Alltag. Doch am Ende setzte sich das Denken im Stil von Doesburgs Aphorismus durch. Zwar gibt es auch heute zahlreiche Beispiele der Design-Kunst-Synthese,² aber sie kommen gegen die Kultur der Trennung nicht an. Sie ist die Ursache eines zutiefst marktkonformen, rationalisierten und lösungsorientierten Designs.

Das vorliegende Buch unternimmt den Versuch, diese Trennungsgeschichte zu rekonstruieren. Dabei geht es um entscheidende Weichenstellungen, die Akteure als Einzelpersonen oder Institutionen (zum Beispiel Hochschulen, Unternehmen) vorgenommen und damit das Verhältnis von Design und Kunst in ein neues (Un-)Gleichgewicht gebracht haben. Dieser Rückblick in die Ideen- und Problemgeschichte des Designs und der Kunst ermöglicht auch den Blick nach vorne. Jedoch die Perspektive ist eine andere als bisher, wenn die Dekonstruktion von Mythen und Narrativen der Design-Geschichte wieder den Raum öffnet für das Urthema der Gestaltung: die Design-Kunst-Synthese. Deshalb ist das Buch ein Plädoyer für eine andere Annäherung von Design und Kunst unter neuen Vorzeichen, um ihren Akteuren eine

andere „Haltung“ zu ermöglichen in Zeiten von Marktkonformität und Solutionismus. Das Buch ist durchaus eine Rückbesinnung auf die vergangene Einheit von Design und Kunst, die Erinnerung daran, dass und wie Design aus der Kunst hervorgegangen ist. Doch ist es kein nostalgischer Rückblick auf ein vermeintlich Goldenes Zeitalter der Arts-and-Crafts- oder frühen Bauhaus-Romantik unter Ausblendung der Alltagsrealität in westlichen Wirtschaftssystemen. Vielmehr kann eine kritische Einschätzung dieser wechselvollen Design-Kunst-Relation nur gelingen, wenn ihre Geschichte nicht als Fortschrittsgeschichte, sondern als Konflikt- und Problemgeschichte erzählt wird, in der Beurteilungs- und Entscheidungsregime um die Deutungshoheit stritten. Dabei sind Ursprungsideen über Design- und Kunst-Ästhetik – etwa von Vasari, Kant, Semper oder Dewey – immer wieder bis zur Unkenntlichkeit umgedeutet und in erfolgreiche Narrative übersetzt worden. Mit ihrer Mythenbildung durch Komplexitätsreduktion ist nun Bekanntheit zu schließen, um sich im Stil einer dekonstruktivistischen Kulturgeschichte einer anderen Design-Kunst-Synthese anzunähern.

Denn das Design-Dilemma der Gegenwart ist das narrative Muster der Design-Kunst-Dichotomie. Es ist darüber hinaus die Konstruktion des Gegensatzes von Design und Kunst. Seine Konstrukteure kommen gleichermaßen aus dem Design- und Kunst-System. Die Design-Kunst-Dichotomie ist längst Teil der kollektiven Einschätzung, dass der „hohen Kunst“ zu huldigen und die „niedere“ beziehungsweise „dienende Kunst“ zu konsumieren, dass die freie Kunst autonom und das unfreie Design ökonomisch sei. Das Narrativ gründet auf Mythen, die das Design aus seinem künstlerischen Ursprung entführten. Mythisch etwa sind die Erzählungen, dass das heteronome Design aus der Industrialisierung entstanden sei, dem technischen Fortschritt diene, dass es serientauglich sein oder Probleme lösen müsse. Die

autonome Kunst dagegen sei Selbstverwirklichung, widerständig und kritisch. Daher sei das Design aus dem Paradies der Kunst vertrieben und ‚entkünstet‘ worden. Dieserart Mythen werden im Folgenden zu dekonstruieren sein, denn sie versperren den Blick auf die eigentlichen Trennungsideen in der Geschichte. Nicht materialistische Sachzwänge sind Ursache der ‚Entkünstung‘ des Designs, sondern die Veränderung seiner Ästhetik, mithin seiner sinnlichen Wahrnehmung und Empfindung (altgr.: aisthesis). Die Entkünstung des Designs ist die Geschichte einer Design-Ästhetik, die zum einen noch nicht geschrieben ist und zum anderen eine bislang unbeachtete Ideen- und Problemgeschichte offenlegt.

Deshalb sind einige zentrale Konfliktherde zu durchleuchten, in denen Designer, Architekten, Künstler, Philosophen, Ökonomen, Soziologen, Unternehmer und Politiker der letzten etwa 600 Jahre um Orientierung rangen, wie die Ästhetisierung des Lebens weitergehen könnte: ihre gegensätzlichen Theorien zu Eigenheiten von Kunst, Handwerk oder Design, zu Besonderheiten von Autonomie, Heteronomie oder „interesselosem Wohlgefallen“ (Kant), zu Ansprüchen an Norm, Diversität oder Innovation, zum Dienst an Mensch, Gesellschaft oder Ökonomie, zur Einstellung zu Politik, Ökologie oder Nachhaltigkeit, zu Fragen der Form, Ästhetik und Problemlösung. Kurzum: Gegensätzliche Theorien wurden im Lauf der Geschichte kontrovers diskutiert, zum Teil verworfen, zum Teil zu Dogmen erhoben, bis sie in eine rationale, problemlösende Entkünstung des Designs führten. Design ist die Nichtkunst in der Kultur des Solutionismus, immer mit dem Versprechen zur Stelle, Probleme zu lösen. Doch wie es dazu kam und ob es dazu kommen musste, ist bis heute in vielen Bereichen dieser Ideen- und Problemgeschichte der Design-Ästhetik ungeklärt geblieben.

Der Entkünstungsbegriff ist bewusst dem Vokabular Theodor Adornos entliehen, der die sprachstilistische Nähe

von Entkünstung und Entartung provozierte. Während im Nationalsozialismus die „Entartung“ verfemte Kunst stigmatisierte, bezeichnet Adornos „Entkünstung“ die zunehmende Kommerzialisierung der Kunst nach 1945, die die Distanz, den Reflexionsraum zwischen Werk und Betrachter zerstört.³ Und nun ist von der Entkünstung des Designs zu sprechen, die darauf anspielt, dass dem Design ohne Kunst eine tragende Säule seines eigentlichen Potenzials wegbricht. Die Entkünstung betrifft die Design-Theorie ebenso wie die Design-Praxis vom Entwurf bis zum fertigen Artefakt. Sie konditioniert das Denken über Design und seine Sinnstiftung zwischen Theorie und Praxis. Sie konditioniert zudem die „Haltung“ jedes einzelnen Designers. Trotz des heroischen und ideologischen Beigeschmacks des Haltungsbegriffs, den er noch von seiner nationalsozialistischen Prägung bewahrt hat, ist er an dieser Stelle angebracht, weil er in der Design- und Architektursprache zentral ist.⁴ „Haltung“ adressiert nicht weniger als eine weltanschauliche Persönlichkeitsbildung, die bereits im Studium unter starkem Normungsdruck steht. Die Entkünstung des Designs ist wesentlicher Bestandteil dieser Normung. Das heißt, die Relevanz, über die Entkünstung des Designs nachzudenken, ist deshalb hoch einzuschätzen, weil sie die „Haltung“ der Designer bestimmt.

Viele Designer haben sich mit der Entkünstung abgefunden, andere finden sie sogar notwendig, anderen ist sie nicht bewusst. Aber es gab auch wiederholt Versuche, gegen die Entkünstung anzuarbeiten, um Autonomie zurückzugewinnen, denn erst die künstlerische, kritische Selbstbewusstwerdung und Unabhängigkeit führt auch zu den Möglichkeiten eines ethischen Designs. Anders gesagt: Die Anpassung an die Entkünstung des Designs ist eine „Haltung“, die ethische Überlegungen etwa zu nachhaltigen Ansätzen wie hohle Lippenbekenntnisse erscheinen lässt. So

arbeiten beispielsweise Modedesigner einer Branche zu, deren Neigung zu Fast Fashion weltweit 20 Prozent des Abwassers, 5 Prozent der CO₂-Emissionen und textile Müllberge verursacht, die zu 90 Prozent durch Sklavenarbeit entstehen.⁵ Dennoch ist die Beteuerung, für Nachhaltigkeit zu sein, in aller Munde, ohne dass sich etwas ändert. Schuld daran sind nicht die Designer, doch arrangieren sie sich mit den Schuldigen und geben sich – darauf wird im Folgenden ausführlich einzugehen sein – proaktiv als deren Dienstleister aus. Dieses hierarchische Abhängigkeitsverhältnis zwischen Designer und Auftraggeber, zwischen Design und Industrie ist durch die Entkünstung des Designs möglich geworden. Besagte Versuche, dagegen anzugehen, blieben jedoch ergebnislos, weil sie an den Symptomen und nicht an den Ursachen ansetzten. Die Ursachen wurzeln im Design-Dilemma zwischen Kunst und Problemlösung. Dies gilt es nun in einem diachronen Durchgang zu beleuchten, um einen Istzustand in Erinnerung zu rufen, der als Selbstverständlichkeit leicht aus dem Blickfeld gerät. Seine Entstehungsgeschichte und -umstände, die Diachronie der großen Divergenz von Design und Kunst, sind zum Teil in Vergessenheit geraten.

Durch das Vergessen entstehen Narrative und Mythen, die betonen, dass Design – im Gegensatz zur Kunst – Menschen helfe und Probleme löse. Deshalb sei Design sozial, funktional und pragmatisch. Design als Problemlöser ist wohl einer der größten Mythen der Moderne. Vor Kurzem manifestierte sich das Mantra des Problemlösungsdesigns mustergültig auf der Titelseite des „ZEITmagazins“ (2.4.2020) mit der Überschrift „Design ist das Lösen eines Problems“ **[Abb. 1]**. Das ist eine klare „Haltung“. Sie bestätigt einmal mehr die enge Anbindung des Designs an den Denkstil des unvergänglichen Nützlichkeitsimperativs. Und damit bindet sich das Design eng an die Idee des

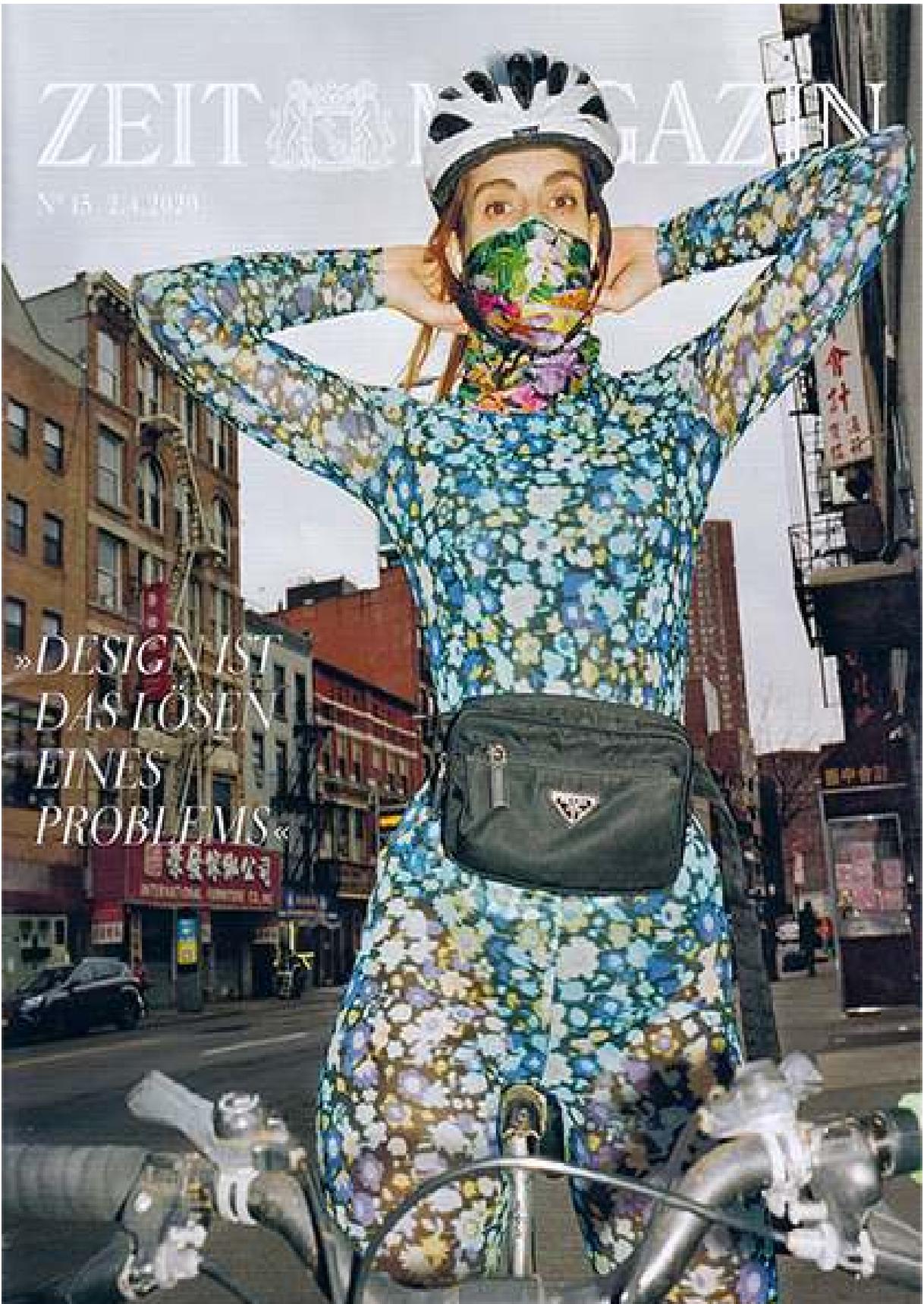
Solutionismus, dass nämlich gesellschaftliche Probleme als technische Probleme definierbar und deshalb auch nur mit Technik zu lösen seien.⁶ Die enge Anbindung der Design-Geschichte an die Industrie- und Technikgeschichte rührt von der Technik- euphorie des Solutionismus, der heute in Silicon Valley kulminiert.

Vergessen ist hingegen, dass die Problemlösungseuphorie das Design erst in den 1940er-Jahren erfasste. Seitdem wird von der nützlichen Kreativ-Avantgarde geschwärmt, die stets zu neuen Ufern aufbricht, um Design-Utopien zu verwirklichen und der Welt Bauhauslampen, Frankfurter Küchen, Breuer-Stühle oder iPhones zu schenken. Viele dieser Erfolgsgeschichten sind von Nützlichkeits- und Problemlösungsmysmen umgarnt. Sie schreiben der Design-Disziplin einen nützlichen Platz in der Gesellschaft zu und auratisieren Design-Produkte für den Konsum. Hier setzte bislang die Kritik an, die im Wesentlichen Konsum- und Kapitalismuskritik ist.⁷ Ihr Denkstil ist selbst auf Mythen angewiesen, die den Kommerz als Schande des Designs zementieren. Design sei ein Findelkind des Kapitalismus, Warenästhetik, Behübschung, Dekoration oder geistlose Verführung, denn – so die Erzählung der Kritiker – Design stehe fest im Dienst der Renditeinteressen, weshalb Designer schnöde Dienstleister seien. Deshalb sei Design Nichtkunst. So kam es unlängst zu der Forderung, das Design abzuschaffen, weil es willfährig und „die Verschleierung des wahren Charakters der Dinge [sei], die es in Form bringt“.⁸ Den Kontrast bildet die vermeintlich freie, kritische und unangepasste Kunst.

ZEITUNG MAGAZIN

N° 15 21.02.2021

»DESIGN IST
DAS LÖSEN
EINES
PROBLEMS.«





1 Titelseite des ZEITmagazins, 2.4.2020

Design als problemlösende, verschönernde, soziale, nachhaltige, renditeorientierte, kommerzialisierte, manipulierende und überwachende Nichtkunst des Kapitalismus ist eine Chimäre, ein seltsames Mischwesen, das der Menschheit – je nach Valorisierungsregime – Segen oder Verderben bringt. In dieser Ansammlung von Widersprüchen ist Orientierung schwierig, scheint doch die Design-Kritik zwischen den Polen der Nützlichkeit und Schädlichkeit beliebig. Einen Ausweg aus dem Labyrinth der Bewertungen bietet im Folgenden der diachrone Blick zurück in die Entstehungsgeschichte der Narrative und Mythen, ihrer ursprünglichen Ideen, bevor sie sich zum Design-Dilemma verfestigten. Die Rekonstruktion ihrer Ursprünge, die teilweise Jahrhunderte zurückreichen, erinnert an vergangene Konflikte und Aushandlungsprozesse, in deren Folge Design und Kunst ihre heutigen Konturen gewannen. Die Geschichte der Konflikte kann das Bewusstsein dafür schärfen, dass der heutige Zustand des Designs als Chimäre nicht unbedingt das Ergebnis eines Fortschritts ist. Vielmehr ist er die Folge von Konfliktlösungen, die dazu führten, dass sich bestimmte Ideen gegen andere durchsetzten. Das ist keine Nebensache, wenn es zum Beispiel darum geht, dass die Geschichte des Funktionalismus eng mit der Idee eines Rustikaldarwinismus verwoben ist, der einen wichtigen Teil von Darwins Evolutionstheorie ausblendet. Wäre er nicht in Vergessenheit geraten, hätten die Funktionalismuskritik, Design-Ästhetik und Konsumgeschichte seit den 1960er-Jahren vermutlich einen anderen Verlauf genommen.

In letzter Zeit hat sich in der Wissenschaft gezeigt, dass Design-Kritik auf eine Zweiteilung angewiesen ist: (1) Kritik der Design-Ästhetik, die nicht Verschönerung, sondern sinnliche Wahrnehmung meint, und (2) Kritik des Konsums und Kapitalismus. Die binäre Design-Kritik als ästhetische und ökonomische Kritik befindet sich jedoch im Ungleichgewicht, denn während die Auseinandersetzung mit der Design-Ästhetik gerade erst beginnt, hat die ökonomische Design-Kritik bereits eine circa 150-jährige Tradition. An der Konsum- und Kapitalismuskritik haben sich Größen wie William Morris, Thorstein Veblen, Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Jean Baudrillard, Wolfgang Fritz Haug oder Gert Selle längst abgearbeitet und den Glanz der Design-Reputation teilweise mächtig getrübt. Im Vergleich dazu ist Design-Kritik als Ästhetikkritik zu kurz gekommen. Andreas Dorschels „Ästhetik des Brauchbaren“ (2002) hatte das Desiderat zuerst reklamiert. Annette Geigers Studie zum „Andersmöglichsein“ des Designs (2018) hat den Faden aufgenommen und an die Ästhetik des Designs jenseits ökonomischer und funktionaler Zwänge erinnert. Daniel Feiges rezente Studien zur Design-Philosophie widmen sich der Design-Ästhetik des Funktionalen. Und schließlich fließen in die Debatte auch philosophische Untersuchungen zu Verschränkungsfiguren von Design und Kunst ein.⁹ Gleichgültig, welcher Perspektive man sich anschließen möchte – es war höchste Zeit, an die Design-Ästhetik zu erinnern, denn die ästhetische Theorie hat sich seit Hegel vornehmlich der Kunst gewidmet und die „dienende Kunst“ ausgeschlossen.¹⁰

Um die designästhetische Perspektive im Folgenden weiter zu öffnen, ist beispielsweise zu untersuchen, was mit der Wahrnehmung und Wertschätzung von Artefakten geschieht, wenn sich im 18. Jahrhundert die Hierarchie der Sinne neu sortiert und der bislang geschätzte Tastsinn in kollektiver Geringschätzung versinkt. Dann nämlich ändert

sich die Rezeptionsästhetik des Designs dramatisch,¹¹ denn Design-Artefakte sind meist für die Anwendung, also Berührung, bestimmt (Stichwort: Angewandte Kunst). Dann ändert sich das Verhältnis von Design und Kunst drastisch in der Gegenüberstellung von Nähe und Distanz, von Berühren und Betrachten. Dann ändert sich die gesellschaftliche und ökonomische Rolle von Design, die wiederum den Verlauf der Industrialisierung und am Ende weitreichende juristische Entscheidungen beeinflusst. Der Wandel der Sinneshierarchien ist ebenso Teil der Geschichte ästhetischer Konflikte wie die oben erwähnte Entstehung des Funktionalismus aus dem Darwinismus. Sie waren in ihrer jeweiligen Zeit heiß umkämpfte Themen. Die Rekonstruktion dieser Konflikte, ihr Aushandlungsprozess und das Ringen der Akteure um Argumente, Ideen und Theorien ist keine Erfolgsgeschichte der Sieger, sondern eine Geschichte auch der Verlierer, die dennoch gute Argumente hatten. Insbesondere die „Haltung“ der Verlierer im Konflikt ist in zahlreichen Fällen zu Unrecht in Vergessenheit geraten. Sie kann heute wieder Orientierung geben, wenn man sich ihrer Problemgeschichte stellt.¹²

„Design“ und „Kunst“ sind freilich entgrenzte Begriffe. Sie lassen sich kaum greifen, und ihre komplexen Definitionen fallen je nach gesellschaftlicher oder beruflicher Gruppe, je nach Valorisierungsregime unterschiedlich aus. Design und Kunst werden umstrittene Begriffe bleiben, und das vorliegende Buch möchte das auch nicht ändern. Vielmehr sollen zentrale Definitionen der beiden Kreativdisziplinen in den Fokus rücken, aus deren semantischen Berührungspunkten sich verbindende und trennende Konturen gewinnen lassen. Die Problemgeschichte von Design und Kunst ist die Geschichte ihrer Trennung, der großen Divergenz, denn im Laufe der Geschichte standen sich beide Disziplinen anfangs noch sehr nahe, bis sie vor allem in der Moderne, seit etwa 1800, zunehmend Distanz

zueinander einnahmen – auch räumlich, da die Kunst im Museum auf den Sockel gestellt und der Anwendbarkeit des Designs entrückt erschien. Doch während sich das Design zur Chimäre entwickelte und bis heute zwischen Nützlichkeit und Schädlichkeit irrlichtert, gewann die Kunst vor allem seit der Aufklärung immer mehr Orientierung und die Eigenständigkeit einer ‚eingehegten Hochkultur‘. Sie wurde von jeder Art der Dienstbarkeit freigesprochen. Freiheit ist ihr höchstes Gut, die heute von demokratischen Verfassungen garantiert wird. So konnten sich drei der Kunst zugeschriebene zentrale Eigenschaften durchsetzen, die für das Selbstverständnis des Designs schwere Folgen haben sollten: Autonomie, Widerständigkeit und Offenheit. Der Anspruch der Kunstautonomie adressiert eine ideelle Freiheit der Künstler, die auf die Ästhetik von Kant und Hegel zurückgeht. Zur Autonomie zählt zudem die ideelle Zweckfreiheit der Kunst, mit der man sich bekanntlich nicht die Zähne putzen kann. Die Widerständigkeit der Kunst ist der Anspruch auf das unausgesetzte Experiment: Kunst als Wagnis, Irritation, Erschütterung, Horizonterweiterung, Welterneuerung. Kunst will nicht affirmativ sein, sondern Betrachter aus ihren weltanschaulichen Gewissheiten rütteln. Das offene Kunstwerk schließlich, Umberto Ecos „Opera aperta“ (1962), definiert Kunst als bedeutungsoffen, die erst durch den Betrachter jenseits des Künstlers zu ihrer Bedeutung gelangt und subjektive Vielfalt erlangt.

Diese drei Säulen des Kunstbegriffs entstanden in den letzten 250 Jahren und entwickelten sich zum Gegensatz des Designs. So konnten Kunstautonomie gegen Design-Heteronomie, Widerständigkeit der Kunst gegen Gefälligkeit des affirmativen Designs und deutungsoffene Kunst gegen eindeutiges, triviales, dekoratives Design gesetzt werden. Die Gegensätze lassen sich im Begriff der Design-Kunst-Dichotomie zusammenfassen. Sie beschreibt das sukzessive Ausscheiden der drei Kunstideale aus dem Design-Kosmos. Die Entwicklung erscheint heute fast zwingend, aber nur,

weil die Konkurrenzgeschichte der Ideen, ihre Problemgeschichte, in Vergessenheit geraten ist. Ihr Ersatz ist eine materialistische Evolutionsgeschichte. Ihr zugehöriges ist Design ein Kind der Industrialisierung, die Rendite und nicht Kunst beehrte, und deren Maschinen vermeintliche Kunstvernichter waren. So lässt sich die Geschichte des Designs linear und evolutionär erzählen als Anpassungsprozess an äußere, technische Umstände. Dahinter verschwindet die wechselvolle, nichtlineare Kulturgeschichte der konkurrierenden Ideen und ihrer Probleme. Diese Geschichtsvergessenheit macht das Design-Dilemma unsichtbar.

Die diachrone Durchleuchtung der Problemgeschichte jedoch macht sichtbar, dass die Geschichte der Sieger eine Geschichte der Zwerge ist, die auf den Schultern von Riesen stehen. Die Zwerge blicken in die Zukunft, die sie aber nur sehen können, weil sie von den Riesen getragen werden, deren Kraft sich aus Diskursen speist, aus dem Ringen um Deutungen der Welt, des Lebens, der Religionen, der Natur oder der Künste und des Designs. Doch viele Zwerge vergessen, dass sie auf den Schultern von Riesen stehen, und viele sind bekennende Vätermörder, die ihre Vorgänger leugnen, so wie die Renaissance das „dunkle Mittelalter“ konstruierte, um selbst heller strahlen zu können, die Avantgarde der 1920er-Jahre der Geschichte als solcher eine Absage erteilte.¹³ Wenn die Zwerge aber ausblenden, auf wessen Schultern sie stehen, tragen sie zur Mythenbildung bei. Dann leben sie in einer geschichtslosen Gegenwart, die als Normalität erscheint, als natürlicher Alltagszustand. Darauf hat Roland Barthes 1957 eindrücklich aufmerksam gemacht – dass die „Mythen des Alltags“ die Geschichtlichkeit der Gegenwart in harmlose Selbstverständlichkeit des Alltags verwandeln. Als ‚natürlich‘ wird dann bezeichnet, was eigentlich kulturell gewachsen

ist.¹⁴ Mythen überdecken die Problemgeschichte, reduzieren sie zur Normalität, und die Zwerge erblinden.

Barthes' „Mythen des Alltags“ sind um die Design-Kunst-Dichotomie zu ergänzen, die sich heute bis zum Gegensatz von Design und Kunst ausgewachsen hat. Ihre Mythen nisten sich in den ästhetischen Alltag ein, mausern sich zu unhinterfragter Selbstverständlichkeit, prägen die „Haltung“ von Designern und Architekten und konditionieren sogar die deutsche Gesetzgebung: Während in der Kunst das geistige Eigentum noch siebenzig Jahre nach dem Tod des Künstlers geschützt bleibt (Urheberrecht), sind es im Fall des Design-Artefakts maximal 25 Jahre nach Entstehung des Prototyps (Geschmacksmusterschutz, seit 2014 „Designgesetz“). Die „eigenschöpferische Leistung“ im Designgesetz ist der „besonders künstlerischen Gestaltungshöhe“ im Urheberrecht nachgeordnet. Zum Vergleich: Das erste Urheberrecht für Künstler, das sogenannte „Neue Kunstschutzgesetz“ von 1907, schützte Kunst und Design ausdrücklich ohne Unterschied.¹⁵ Von 1907 bis heute hat sich die Valorisierung von Design und Kunst offensichtlich dramatisch geändert, und zwar sehr zum Nachteil der Design-Disziplin. Die Entwicklung mag rechtsgeschichtlich ihre berechtigte Notwendigkeit haben. Problematisch ist dagegen, dass die Wertehierarchie von Design und Kunst heute als Normalität empfunden und vergessen wird, dass es auch schon einmal anders war.

Grundsätzlich ist die Mythogenese eine Kulturtechnik, die Gesellschaften Orientierung, Legitimierung und Halt gibt. Mythen gründen auf vergangenen Tatsachen, die eine deutende Überhöhung erfahren. Dafür benötigen sie Komplexitätsreduktion, die zum einen die Verarbeitung eines hochkomplexen Lebensalltags ermöglichen und zum anderen Sinnstiftung bieten.¹⁶ So entstehen Mythen der Politik, Mythen der Stars, Mythen der Religionen oder Mythen der Wissenschaften. Grundsätzlich ist kein Bereich

gesellschaftlichen Lebens frei von Mythen. Sie bieten Einheit dort, wo rationale Weltzergliederung stattfindet; sie sind deshalb insbesondere auch ein Phänomen der Moderne um 1800.¹⁷ Gesellschaftliche Gruppen sind auf Mythen angewiesen, denn sie konstituieren nach innen Einheit und nach außen Eigenheit. Auch das Design-System und das Kunstsystem sind durch Anpassung und Distinktion gekennzeichnet, insbesondere wenn sie – wie im Folgenden zu sehen sein wird – miteinander konkurrieren. Die Entwicklung der Design-Kunst-Dichotomie ist in diesem Erinnerungskosmos eine kontinuierliche Arbeit am Mythos, die bis in das Spätmittelalter zurückreicht.

An diesen methodischen und historischen Vorbetrachtungen orientieren sich die folgenden Kapitel, die die Ausbildung der Mythen in den Bereichen der Kunst, Industrie und des Pragmatismus rekonstruieren: Zu ihren kunstidealistischen Ursachen (Kp. 1) zählt etwa die bereits angerissene, bislang unbeachtete ästhetische Kategorie sich wandelnder Sinneshierarchien. Um 1800 erfährt der Tastsinn einen Karriereknick, und seine Entwertung entwertet das Design, wodurch die Kunst ihre Aufwertung erfährt. Der Kunstidealismus betrifft außerdem die Autonomieästhetik Kants, die nach ihm eine Engführung erfuhr, um Kunstautonomie zum Gegensatz der Design-Heteronomie zu stilisieren. Ein Problem der Ideengeschichte der Kunst ist zudem die unterschiedliche Bewertung von Abstraktion und Nachahmung, die dem Design wie der Architektur bereits seit der beginnenden Frühneuzeit schwer zusetzten. Sie mündeten schließlich in die große Divergenz von Design und Kunst, die ihre langsame Entwicklung ebenfalls in der Frühneuzeit mit der Trennung von Kunst und Handwerk aufnahm, um schließlich in der Design-Kunst-Dichotomie zu kulminieren.

Zu deren industriellen Ursachen (Kp. 2) zählen Typisierung, Normung und Massenkritik. Als der wachsende

Normungsbedarf im industrialisierten Design-Prozess zur Hegemonie der Standardform führte, markierte der Typenstreit 1914 einen ersten Höhepunkt. Gegen die Norm der Form wehrten sich Designer und Architekten, doch konnten sie den Trend nicht aufhalten. So ist in den letzten 150 Jahren der Normungsdruck auf das Design stetig gewachsen – mit dem Ergebnis, dass die Design-Diversität drastisch zurückgegangen ist. Designästhetisch ist das bemerkenswert, denn heute leben Konsumgesellschaften in einer selbst gewählten Normungskultur und gönnen sich gleichzeitig die Sehnsucht nach der Diversität.¹⁸ Der Ursprung dieses Paradoxes von Norm und Diversität ist vermutlich in den 1930er-Jahren zu suchen, als die zuvor positiv konnotierte Serienproduktion zum Synonym für Aura- und Qualitätsverlust abgewertet wurde. Großen Einfluss auf den Paradigmenwechsel hatten drei Publikationen: Pevsners Designgeschichte (1936), Benjamins Kunstwerkaufsatz (1936) und die Streitschrift des Autorenduos Horkheimer/Adorno über die „Dialektik der Aufklärung“ (1944). In unterschiedlicher Weise förderten sie die Design-Kunst-Dichotomie durch die Konstruktion des qualitativen Gegensatzes von Serie und Unikat, von Design und Kunst.

Die pragmatistischen Ursachen (Kp. 3) schließlich sind nicht mit Alltagspragmatik zu verwechseln. Vielmehr ist die US-amerikanische Philosophie des Pragmatismus um 1900 maßgeblich an der heutigen Ausrichtung des Problemlösungsdesigns beteiligt. Deshalb sind nun erstmals die drei Hauptursachen des Problemlösungsdesigns aufzuzeigen:¹⁹ (1) Bestimmte Zweige der Technik- und Ingenieurwissenschaften festigten das deterministische Denken der Moderne. Daraus entstand ein technikorientiertes Design-Denken, das physische und mechanische Probleme fokussiert, um sie technisch zu lösen. (2) Am Ende des 19. Jahrhunderts löste die Rezeption des Darwinismus den bis heute lebendigen Design-

Funktionalismus aus, der dem Design abermals die Rolle der technischen Problemlösung im Denkstil des Solutionismus zuwies. (3) Der US-amerikanische Pragmatismus verlieh der Technisierung und Funktionalisierung des Designs die entscheidende Schubkraft. Seine Komplexitätsreduktion führte vom Pragmatismus in die Pragmatik des Problemlösungsdesigns – übrigens widerfuhr der Architektur teilweise das gleiche Schicksal, weshalb Design und Architektur in den folgenden Betrachtungen der großen Divergenz häufig als Geschwister auftreten.

Das Problem des Problemlösungsdesigns ist nicht, dass Designer Probleme lösen wollen. Das Problem ist vielmehr die Fixierung auf technische, ökonomische und soziale Problemlösungen, die sich allein der Gegenwart zuwenden. Problemfixierung ist Gegenwartsfixierung. Sie bietet wenig Raum für eine Design-Ästhetik, die auf das historische Bewusstsein angewiesen ist. Eine praktische Design-Ästhetik gründet auf dem Vergleich mit der Form-, Stil- und Rezeptionsgeschichte, um „Gesetzlichkeit und Ordnung im Einzelnen aufzusuchen, aus dem Gefundenen allgemeine Prinzipien, die Grundzüge einer empirischen Kunstlehre, abzuleiten“, ²⁰ wie Gottfried Semper die praktische Ästhetik historisch begründete. Gleichgültig, ob die sinnliche Wahrnehmung psychologisch, anthropologisch, kognitiv, subjektiv-individuell oder gesellschaftlich zu betrachten ist, sie ist nie nur Gegenwart, sondern geschichtlichen Prägungen unterworfen und Teil des sozialen Gedächtnisses. Die „Gesetzlichkeit“ der Ästhetik ergibt sich aus ihrer Geschichtlichkeit, die in alle Bereiche ihrer praktischen Umsetzung und Rezeption ausgreift.

Die Gegenwartsfixierung des Problemlösungsdesigns jedoch ist anfällig für Mythen. Insgesamt kennzeichnet die Mythogenese in Kunst, Industrie und Pragmatismus die Problemgeschichte der großen Divergenz, die zum materialistischen Design-Begriff und idealistischen

Kunstbegriff führte. Im Kontrast zur ‚eingehegten Hochkultur‘ der Kunst trägt der Design-Materialismus maßgeblich zur Ökonomisierung des Designs bei, dessen Akteure sich dem Profitimperativ unterwerfen. Sie denunzieren sich selbst als problemlösende Dienstleister und wagen kaum, den Anspruch auf Autonomie, geschweige denn Widerständigkeit zu erheben.²¹ Nichtsdestotrotz attestieren sich Designer im Denkstil des Solutionismus bedeutenden Einfluss auf die Gesellschaft. Dieses Narrativ steht nicht selten im Gegensatz zur Realität, denn den Eingriff übernehmen Industrie und Unternehmen, denen das Design seinen Dienst erweist.²² Das Dienstleistungsdesign träumt dennoch von seiner sozialen Verantwortung, Nachhaltigkeit, Gendergerechtigkeit, Partizipation oder pragmatischen Nützlichkeit. Selbstverständlich ist nicht zu leugnen, dass es nachhaltiges, soziales oder partizipatives Nützlichkeitsdesign gibt. Dennoch wird im Folgenden deutlich zu machen sein, dass dies nur Symptome sind, die tiefere Ursachen verschleiern, und dass die Drift des Designs zu den Creative Industries – nomen est omen – seine Ökonomisierung durch Problemlösung besiegelt.

Wie gesagt: Im Gegensatz zur ästhetischen blickt die ökonomische Design-Kritik bereits auf eine lange Tradition. Spätestens seit Horkheimers und Adornos „Dialektik der Aufklärung“ (1944) ist Design-Kritik Teil der vernichtenden Konsumkritik, in die während der rebellischen Zeit nach 1968 auch namhafte Designer einstimmt. 1968 sprach Max Bill vom Designer als „Friseur“, und 1971 sah Otl Aicher das Design am „Gängelband der Industrie“. In der Theoriebildung verschärfte sich die Kritik, und Design geriet zunehmend in den Ruf der banalen Käuflichkeit, wurde mit Konsum und Warenästhetik assoziiert. 1973 stellte Gert Selle ernüchtert fest, es gebe zwar viele theoretische und praktische Ansätze eines sozialen Designs jenseits industrieller Heteronomie, die jedoch in „geschichtlicher

Folgenlosigkeit erstarrt“ seien.²³ Hans Magnus Enzensberger erkannte in „Werbung, Design und Styling“ die Vehikel des Neoliberalismus.²⁴ Entsprechend ließ sich Wolfgang Fritz Haug 1970 mit dem viel zitierten Aphorismus vernehmen: „In kapitalistischer Umwelt kommt dem Design eine Funktion zu, die sich mit der Funktion des Roten Kreuzes im Krieg vergleichen lässt. Es pflegt einige wenige – niemals die schlimmsten – Wunden, die der Kapitalismus schlägt. Es betreibt Gesichtspflege und verlängert so, indem es an einigen Stellen verschönernd wirkt und die Moral hochhält, den Kapitalismus wie das Rote Kreuz den Krieg. Das Design hält so durch eine besondere Gestaltung die allgemeine Verunstaltung aufrecht. Es ist zuständig für Fragen der Aufmachung, der Umwelt-Aufmachung.“²⁵ Das Schicksal des heutigen Designs, so eine weitere Zuspitzung bei Walter Grasskamp, sei der Konsum und in letzter Konsequenz die Müllhalde.²⁶

Bis heute hat sich die Zunft von ihrem Negativimage gerade seit der konsumkritischen Zeit seit 1968 nicht erholt. Zwar haben Bourdieu „Die feinen Unterschiede“ (1979), Gernot Böhm „Ästhetischer Kapitalismus“ (2016) oder Frank Trentmanns „Herrschaft der Dinge“ (2017) den Versuch unternommen, Kulturkonsum nicht zu verurteilen, sondern in ein nüchternes Verhältnis zur Geschmacksbildung als gesellschaftlichem Distinktionsmerkmal zu setzen. Insgesamt jedoch bleibt die Design-Kritik als Konsumkritik auf Kurs. Peter Sloterdijk etwa definierte 2010 die „weltumspannende Design-Zivilisation“ als „neue smarte Mittelschichten“,²⁷ in denen die Design-Kreativität der einstigen Avantgarde übergehe in alltägliche Manipulation durch Design, in die Versklavung der Konsumenten. Andere kritische Stimmen aus der akademischen Mitte des Design-Systems sprechen sogar von einem Design, das „eine von Metaphysik, Wahrheit, Moral und anderem abendländischen Tiefsinn befreite

Gestaltung von Oberflächen zum Zweck der Benutzerfreundlichkeit und Ästhetisierung einer durchgängig technisierten Umwelt, [...]“²⁸ sei, oder von einem ökonomischen Design, das „einer objektiven Weltverschlechterung“²⁹ gleichkomme. Dies sind keine Einzelmeinungen, sondern Teile eines kompetenten Meinungsbildes, das Design als Styling, Weltverschlechterung, oberflächliche Behübschung, geistlose und kommerzielle Überflüssigkeit, die auf der Müllhalde landet, oder als Sphäre der seichten Sinnlichkeit begreift, als eine ästhetische Zutat des Kapitalismus, die manipuliert, verführt, betrügt, betäubt und entmündigt, um die Design-Gesellschaft zu disziplinieren und aus der Aufmerksamkeitsökonomie Profit zu schlagen.³⁰ Diese Beispielsammlung der letzten sieben Jahre ließe sich beliebig erweitern. Ob berechtigt oder nicht, sie verdeutlicht, dass die Design-Disziplin ein Imageproblem hat.

Doch die Design-Disziplin ignoriert ihren schlechten Ruf und lobt sich stattdessen selbst. „Weil Design die Welt verändert“, „Welt ist Gegenstand und Ergebnis von Design. [...] Die Welt zu entwerfen ist eine moralische Verpflichtung“, „Design ist eine Leitdisziplin der Zukunft“, „Gutes Design ist zeitlos“, „Design bietet Halt in schwierigen Zeiten“ oder „Ehrlichkeit“ sind Setzungen, die sich zu ideologischer Authentizitätsromantik versteigen, in der Begründung aber diffus bleiben.³¹ Die Design-Szene attestiert ihren Artefakten okkulte Faszination und bedient sich dabei religiöser Beschwörungstechniken mit dem Versprechen, die Welt zu verbessern. Als Vorbilder für den moralischen Imperativ dienen wahlweise die Arts-and-Crafts-, Werkbund- oder Bauhaus-Bewegungen. Design als Weltverbesserer ist heute zum Topos des Solutionismus erstarrt. Die Folge ist seit Mitte der 1990er-Jahre eine atemberaubende Begriffs-inflation, die von der

Möbelgestaltung über den Landschaftsgarten, die Metzgerwurst **[Abb. 2]** bis hin zur ästhetischen Körperchirurgie alles dem Design zuschlägt. Selbst Unternehmensberatung firmiert unter dem Design-Begriff (Design Thinking).³² Zum Design-Lob zählt auch der ökonomische Erfolg der Branche, die in der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung nicht nur in Deutschland auf dem dritten Platz nach der Automobilindustrie und dem Maschinenbau rangiert.³³ Die Stärke des heutigen Designs liegt offenbar in seiner Rendite, in seiner ökonomischen Messbarkeit, in den Unternehmen, die mit Design Gewinne machen. Diese wirtschaftliche Stärke aber ist zugleich die inhaltliche Schwäche der Branche. Denn sie schwächt die Designer, die sich der Dominanz des Marktes fügen müssen, und sie marginalisiert die Design-Ästhetik und ihren Ursprung in der Kunst.