

<b>Zeitschrift:</b>	Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
<b>Herausgeber:</b>	Hochparterre
<b>Band:</b>	26 (2013)
<b>Heft:</b>	4
<b>Artikel:</b>	Gestalten und verantworten : ein "Codex für Industriedesigner". Was bringt er den Berufsleuten? Was ist sinnvoll und wo ist Vorsicht am Platz?
<b>Autor:</b>	Kiesewetter, Rebekka
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-392328">https://doi.org/10.5169/seals-392328</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 14.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# GESTALTEN UND VERANTWORTEN

## Ein «Codex für Industriedesigner». Was bringt er den Berufsleuten? Was ist sinnvoll und wo ist Vorsicht am Platz?

Text: Rebekka Kiesewetter

Sieben Jahre, rund dreissig Mitarbeitende – die meisten von ihnen Industriedesigner: Viel Aufwand wurde für den «Codex» betrieben, den der Verband Deutscher Industriedesigner (VDID) letzten Herbst veröffentlichte. Denn darin steht, was ohnehin alle wissen. Oder wissen sollten. Das 57-seitige Manifest verbinde «die ethische Verantwortung von Industriedesignern mit den gesellschaftsrelevanten Aufgaben, die sie durch ihre besonderen Fähigkeiten lösen können». Das schreibt der Herausgeber, VDID-Präsident Stefan Eckstein. Wieso ist das gerade jetzt nötig? «Die Gesellschaft ist einem Zuviel an Waren und Reizen ausgesetzt. Der Zugang zu immer mehr Wissen fällt immer leichter, wir können ohne Material- und Fertigungswänge und in kultureller Vielfalt gestalten. Zugleich öffnet sich die Schere zwischen «Geiz ist geil» und den Qualitätsversprechen. Wie weiter?», fragt Iris Laubstein, PR-Beauftragte des VDID.

Doch was halten die Praktiker vom Manifest? Dominic Sturm und Lovis Caputo, Industriedesigner und Autoren des Manifests mit Büros in Zürich, begrüssen die Initiative. Der Berufsstand, dem es an Selbstvertrauen und einem einheitlichen Selbstbild mangle, habe Orientierung durchaus nötig. Außerdem gelte es, Industriedesigner in Bezug auf gesellschaftliche, politische, ökonomische und ökologische Themen zu sensibilisieren.

In zwölf Punkten formuliert das «Ethische Manifest für Industriedesigner» die Leitwerte für verantwortungsvolles Gestalten. Will die Broschüre mehr sein als ein Ratgeber? Ein Regelwerk? Der titelgebende Begriff «Codex» und der paternalistische Ton lassen Letzteres vermuten. Dominic Sturm, der seine Masterarbeit zu «Macht und Mächtigkeit im Produktdesign» verfasst hat, fragt sich, wie eine Verpflichtung zu den formulierten Werten überhaupt durchgesetzt werden könne. Während die Publikation davon ausgeht, dass Designer sich zu ihrer breiten Verantwortung konsequent bekennen, bezweifeln Caputo und Sturm, dass das individuelle ethisch-moralische Wertgefüge wirklich genügend ausgeprägt und handlungsbestimmend sei.

**MACHT UND VERPFLICHTUNG** Einen Grund für seine Zweifel sieht Dominic Sturm in der Tatsache, dass nicht der Industriedesigner für das Produkt als Resultat seiner Arbeit haftet, sondern der Produzent oder der Verkäufer. «Wo der äussere Zwang fehlt, Haftung zu übernehmen, ist die Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit der eigenen Verantwortung selten da», weiss er. «Wer hingegen in der Verantwortung steht, kann auch ein grösseres Mass an Einfluss und Macht für sich beanspruchen.» Doch der Designer – als Generalist durchaus befähigt, aktuelle Probleme anzugehen – verfüge in Bezug auf seinen Auftraggeber weder über das eine noch das andere. Als abhängiger Dienstleister werde er bestenfalls als kompetenter Berater mit Blick von aussen akzeptiert.

Robert Stutz, Anwalt und Partner im Berner Büro Beutler Künzi Stutz, sieht dennoch einen Sinn darin, dass die Produkthaftung beim Hersteller oder Verkäufer liegt: «Fehler entstehen oft bei der Produktion und unabhängig vom Beitrag des Designers. Das Produkthaftungsgesetz schützt den Konsumenten, der sich im Schadenfall an den Hersteller oder Verkäufer – die in der Regel finanziell stärkere Partei – wenden soll.» Auch das Obligationenrecht statuiert für Kauf- und Werkverträge entsprechende Verantwortlichkeiten. Der Designer könnte von einem Kunden meist nur direkt ins Recht gefasst werden, hätte er einen Schaden absichtlich herbeigeführt. Auf Vertragsebene sei es jedoch möglich, dass der Produzent dem Designer einen Teil der Verantwortung überschreibe, sagt Stutz.

### WIRTSCHAFTLICHE UND KULTURELLE VERANTWORTUNG

Ein wichtiger Punkt des Büchleins formuliert: «Industriedesigner handeln loyal im Bewusstsein ihrer persönlichen Mitverantwortung für das wirtschaftliche Wohlergehen ihrer Auftraggeber.» Abhängigkeit sei oft die passendere Bezeichnung, findet Dominic Sturm, um das gesetzlich legitimierte und in der Praxis zementierte hierarchische Gefälle zwischen den Parteien zu beschreiben. Inwieweit sich Designer gegen die Zielsetzungen der Kunden stellen und einen Auftrag ablehnen oder verlieren möchten, ist nicht zuletzt eine ökonomische Frage. «Dieses Dilemma kratzt am elitären Selbstbild von Designern. Sofern sie ein ganzheitliches Designverständnis haben, kommen sie fast zwangsläufig mit Machtverhältnissen in Konflikt.» Das gelte vor allem für diejenigen, die keine Macht und keinen bekannten Namen haben. Er selbst hinterfrage die Grundsätze seiner Auftraggeber zwar kritisch. «Doch auch wenn sich ihre und meine Prinzipien nicht vertragen, lehne ich kaum Aufträge ab. Schliesslich habe ich nur so die Möglichkeit, Einfluss zu nehmen und etwas zu verbessern.»

Sturm hat Prinzipien. Genauso Lovis Caputo und ihre Partnerin Sarah Kueng. «Im Zweifelsfall lehnen wir einen Job ab.» Die beiden wollen ihr Verantwortungsgefühl nicht nur in der Designarbeit leben, sondern es auch kommunizieren, wollen sensibilisieren und aufklären: «Es ist wichtig, dass Junge eine kritische Meinung als etwas Positives empfinden.» Caputo und Kueng nutzen ihren Erfolg, um im Rahmen ihrer Lehraufträge genau dies zu tun. Ganz im Sinne der «Codex»-Sätze wie: «Industriedesigner begrüssen die kulturelle Vielfalt» und «Industriedesigner verpflichten sich ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit». Das Zustandekommen ihrer Kurse an Designschulen machten Kueng und Caputo auch schon vom Zugeständnis der Verantwortlichen abhängig, dass sie im Rahmen ihres Unterrichts Module zur Integrationspolitik geben dürfen: «Die Schüler erhalten ein Thema, recherchieren dazu und setzen es um – etwa in Aktionen im öffentlichen Raum. Das Vorgehen entspricht einem normalen Prozess, ist aber weitblickender, als den x-ten Stuhl zu entwerfen.» Dennoch sagen einige Studenten, das gehe sie nichts an. Dass sie nach dem Kurs vom Gegen teil überzeugt sind, bestätigen Sarah Kueng und Lovis Caputo. Das Gefühl, gegen Windmühlen zu kämpfen, kennen Industriedesigner nicht nur in Bezug auf Auftraggeber und Studierende. Der «Codex» unterstellt den Konsumenten und Produzenten grundsätzlich eine moralische Haltung – als informiert, ethisch und moralisch handelnde Individuen. Doch die Realität sieht anders aus. Gewinnmaximierung und Kostenreduktion auf Seiten der Produzenten, Schnäppchenjägerei und Billigwahn bei den Konsumenten vertragen sich schlecht mit verantwortungsvollem Design. Ist man sich der limitierten Aussagekraft des Manifests bewusst, weiss man, dass der Verband mit der Bezeichnung Industriedesigner auch andere, nahe Berufsfelder meint; und hat man sich weiter gehend informiert, kann man das Büchlein durchaus so nutzen, wie seine Macher beabsichtigen: «als Schritt zum Dialog um Werte.» Und dieser Dialog muss mit allen Beteiligten geführt werden: mit Auftraggebern, im Entwicklungsprozess, mit Kolleginnen aus anderen Disziplinen, mit den Verbrauchern. Gratis und ohne Selbstbefragung geht das allerdings nicht.

### LINKS

Den «Codex» gibt es auf der Webseite des Verbandes Deutscher Industriedesigner als PDF.

> [www.vdid.de](http://www.vdid.de)

Industriedesigner wissen um den Einfluss, den ihre Leistung auf den Erfolg von Unternehmen hat. Sie handeln loyal im Bewusstsein ihrer persönlichen Mitverantwortung für das wirtschaftliche Wohlergehen ihrer Auftraggeber und deren Mitarbeiter.

Industriedesigner begrüssen die weltweite kulturelle Vielfalt. Das offene, tolerante Nebeneinander von kultureller Tradition und Moderne erachten sie als eine Voraussetzung für eine werteorientierte, menschliche und friedvolle Gesellschaft.

Industriedesigner erkennen ihre Mitverantwortung für die Entwicklung von Menschheit und Natur. Sie verpflichten sich dem Dreiklang ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit.