

Wir arbeiten mit dem Netz und sind selbst Teil davon

Autor(en): **Gerber, Eva**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **15 (2002)**

Heft [7]: **Das Netz gestalten**

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-121929>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Wir arbeiten mit dem Netz und sind selbst Teil davon

Der Zusammenbruch der dotcom-Euphorie kam offenbar für viele überraschend. Wenn man dem Wahn verfallen ist, sieht man oft die Realitäten nicht mehr, auch wenn es zum eigenen Schaden geschieht. So erging es schon im 17. Jahrhundert den reichsten Bürgern in Holland. Im ersten Börsencrash der Geschichte verloren viele ihr gesamtes Vermögen. Das Spekulationsobjekt waren Tulpenzwiebeln. 1562 aus Istanbul nach Europa eingeführt, zählte man 1630 bereits tausend verschiedene Tulpensorten. Sie galten als Zeichen des Wohlstands und des guten Geschmacks, sie wurden zu einem begehrten modischen Accessoire und wurden in der Literatur besungen. Die Tulpenbegeisterung entwickelte sich zum Geschäft: Das Jahreseinkommen eines Zimmermanns betrug rund 250 Gulden; 5200 Gulden betrug der höchste Preis, den eine Tulpenzwiebel 1637 erzielte. Doch auf einmal kippte die Stimmung, die Händler wurden vorsichtiger und skeptischer. Die Angebote blieben aus und die Tulpenbörse fiel am 5. Februar 1637 endgültig zusammen – und mit ihr das in Tulpenzwiebeln angelegte Vermögen. Die Parallelen zum jüngsten Börsencrash sind offensichtlich. Aber auch die Schlussfolgerungen:

Wie die Tulpen gibt es auch das Internet weiterhin. Obwohl sich die gigantischen Gewinnaussichten für die meisten als Fantasterei herausgestellt haben, werden die Informations- und Kommunikationstechnologien unser Leben weiter verändern. Was wir heute erleben, ist ein massiver Strukturwandel, dem wir genauso mit einer Mischung aus Euphorie und Angst begegnen, wie es auch frühere Generationen angesichts der damaligen technologischen Innovationen – Dampfmaschine, elektrisches Licht oder Telefonie – taten. Und so wie letztere heute in unseren Alltag integriert sind und niemand mehr von der «telefongestützten» Ökonomie sprechen würde, so wird wohl auch die Rede von der E-Conomy bald der Geschichte angehören. Der Computer wird allgegenwärtig sein.

Der 4. IDT setzt einen Kontrapunkt zur derzeit viel gehörten Aussage, dass nun – nach der Boomphase des E-Business, in der viel in das Design von Oberflächen, aber (zu) wenig in taugliche Geschäftsmodelle investiert wurde – Design zweitrangig, wenn nicht gar vernachlässigbar werde. Aus meiner Sicht ein Fehlschluss, der auf einem skurrilen Designverständnis beruht. Der 4. IDT will fragen und zeigen, wie Design im

Netz wichtig wird. Wie gehen Designer damit um, dass wir alle nicht nur mit Netzen arbeiten, sondern auch Teil von ihnen sind? Wie gestalten wir diese Zukunft so, dass sie uns ein Mehr an Lebensqualität bringt und nicht einfach mehr Apparate und Systeme, die es zu verstehen und zu warten gilt? Kommunikation im Netz schafft neue Voraussetzungen. Was bedeutet das für Design und Branding? Wie können Tonality, Ergonomie, Softwareverhalten oder Interaktionsmöglichkeiten als Träger von Markenbotschaften genutzt werden? Warum sind Emotionalität und ästhetische Anmutung im Netz wichtig und wie kommen sie herein? Wie werden Off- und Online-Kommunikation miteinander verknüpft? Oder wie arbeiten Ökonomie, Technik und Design im Netz zusammen?

Eva Gerber, Tagungs-Kuratorin



Foto: Menno Dooden