

Essay : anziehend, abstossend

Autor(en): **Ernst, Meret**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **17 (2004)**

Heft [14]: **Kunst und Design**

PDF erstellt am: **26.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-122490>

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.

Anziehend, abstossend

Text: Meret Ernst

Ist alles irgendwie auch das andere, lohnt es sich, die Unterschiede zu klären: Kunst argumentiert symbolisch, Design zielt auf Gebrauchswert, auf den Nutzen, den eine Ware oder eine Dienstleistung den Kunden bringt. Soll niemand behaupten, das liesse sich einfach so vermischen.

• Hier das Schöne, dort das Nützliche. Danach richtet sich, wer wissen will, was Kunst, was Design ist. Und wer als Künstler, wer als Designer durchgeht. Die einen stellen Bilder aller Art her, Fiktionen und Imaginationen, die Welt und Geist erschliessen. Die andern formen die Schnittstellen zwischen uns und unserem Gerät, erhalten den beständigen Fluss der neuen Formen am Leben. Machen sich nützlich. Obwohl sich die Absichten der Akteure so klar zu unterscheiden scheinen: Das Bild wird im historischen Rückspiegel unscharf. Es gibt weder das allein Nützliche, noch das nur Schöne. Das Nützliche solle auch schön und gut sein, fordern Reformer des Kunstgewerbes Ende des 19. Jahrhunderts. Und das Schöne löst nicht nur das interesselose Wohlgefallen aus, wie der zentrale Begriff in Immanuel Kants Beschreibung des ästhetischen Urteils lautet. In der langen Geschichte der Kunst und der kurzen Geschichte des Designs sind Grenzüberschreitungen in beide Richtungen zu verzeichnen.

Die Zwecke der Kunst

Was einst unter dem Begriff der Kunst noch zusammengehörte – die «schönen» und die «mechanischen Künste» –, hat sich vor etwa zweihundert Jahren in die Kunst und die angewandte Gestaltung differenziert. Die Autonomie, die sich die Kunst in der Moderne erkämpft hat, prägt seither unser Verständnis von Kunst. Sie verstellt aber den Blick auf die vielfältigen Funktionen, welche die Kunst in ihrer Geschichte übernommen hat. Das Kunstschöne bediente nicht nur den ästhetischen Genuss. Und umgekehrt: Was heute als Kunstwerk gilt, diente einst dem Kult. Als das Altarbild Ausstellungswert errang, wie Walter Benjamin schreibt, verlor es an Kultwert: Statt vor den frühmittelalterlichen Altartafeln zu beten, versinken wir in ästhetischer Kontemplation. Selbst in der Kathedrale. In den Museen verlieren Porträts ihre einstige Absicht, geliebte Personen zu gegenwärtigen. Oder eine Heirat zwischen Mächtigen zu

arrangieren. Selbst Propaganda findet nicht nur im monströsen Reichsparteitagsgelände eines Albert Speers, sondern auch in Sergej Eisensteins Film Panzerkreuzer Potemkin ihre Form. Viele Werke finden über den Anlass ihrer Entstehung hinaus Eingang in die Geschichte der Kunst, weil sie sie erneuern. Dabei werden sie zugleich in den institutionellen Rahmen gefügt, der Kunstwerke ihrem ursprünglichen Zweck enthebt und dem so genannt reinen Kunstgenuss übergibt.

Relativ schön

Darauf trainiert, das Schöne an bestimmten Orten – in Museen, Kunstkatalogen, im Theater, Konzertsaal oder literarischen Zirkeln – in überlieferten Formen und im Kanon der Themen, Gattungen und Medien zu geniessen, überfordert die Kunst der Avantgarde viele. Künstlerinnen und Künstler finden Inspiration um 1900 anderswo: In der Südsee. In der Grossstadt mit den vielen Reklamen. Oder in den Transport- und Kommunikationsmitteln. Filippo Tommaso Marinetti feiert sie 1909 im ersten Futuristischen Manifest: «Wir erklären, dass sich die Herrlichkeit der Welt um eine neue Schönheit bereichert hat: die Schönheit der Geschwindigkeit. Ein Rennwagen, dessen Karosserie grosse Rohre schmücken, die Schlangen mit explosivem Atem gleichen ... ein aufheulendes Auto, das auf Kartätschen zu laufen scheint, ist schöner als die Nike von Samothrake.» Je mehr die Avantgarde das Schöne ausserhalb der Kunst entdeckt, desto suspikter wird ihr das Kunstschöne. Die Collage, das Ready Made, das Objet trouvé – Pablo Picasso und Georges Braque, Marcel Duchamp oder Kurt Schwitters integrieren die Fundstücke in ihre Werke.

Aber deswegen ist die schöne Form nicht aus der Welt. Harmonie der Teile untereinander, Ebenmässigkeit, Symmetrie, glänzende Materialien, aufwändige Form: Alles Schöne verkauft sich, und das erst noch besser. Das Produktschöne setzt sich an die Stelle des prekär gewordenen Kunstschönen. Design erbt ein Schönheitsmodell, das mit Stil, Farbe, Form und Harmonie zusammenhängt.

Design sells

Die Formgebung seriell herstellbarer Produkte und die Konzeption genormter Dienstleistungen ist zugleich Resultat und Motor einer Entwicklung, die mit der Industrialisierung einsetzt. Der Entwurf soll rationell produziert werden und Markterfolg garantieren. Die Schönheit, die daraus entsteht, ist eine besondere. Sie prägt als eine der «unscheinbaren Oberflächenäusserungen» einer Epoche, wie Siegfried Kracauer bemerkt, auch viele Formen und Medien der Zerstreuung, wie sie im 20. Jahrhundert das Stadion, die Musikrevue, das Kabarett oder das Kino bereithalten. Kracauer entdeckt darin das Ornament der Masse, das aus den «Graden und Kreisen, wie sie in den Lehrbüchern der euklidischen Geometrie sich finden», bestehe: «Verworfen bleiben die Wucherungen organischer Formen und die Ausstrahlungen des seelischen Lebens.» Die Formen werden rational, damit die Produktion und der Gewinn gesteigert werden kann. Die Mechanisierung übernimmt das Kommando, wie Siegfried Giedion feststellt. Und das nicht nur in der Fabrik.

Seit sich die Künstler mit anderen Worten am Überfluss der Waren, der Grossstadt, dem Tempo oder an dem durch den Film veränderten Sehen inspirieren, ist die industrielle Formgebung zwar so weit gekommen, auf den Schleier historistischer Ornamente zu verzichten. Die Form wird aus

den Bedingungen des Materials und der seriellen Produktion entwickelt: «Es gilt, Verzicht auf die Kopie handwerklicher Arbeit, historischer Stilformen und anderer Materialien zu leisten», fordert Peter Behrens 1907. Aber wenn es ums Ganze geht, muss den einen doch Kunst als Legitimation herhalten: Die Kunst lenke Handwerk und Gestaltung. Respektive die Architektur, höchste aller Künste, wie Walter Gropius 1919 im Gründungsmanifest des Bauhauses schreibt. Und noch eine ganze Generation später, 1953, bezieht sich Max Bill, ausgebildeter Goldschmied, Architekt, Künstler, Gründungsmitglied und bis 1956 Leiter der Hochschule für Gestaltung Ulm, explizit auf die Kunst: «Wir betrachten die Kunst als höchste Ausdrucksstufe des Lebens und erstreben, das Leben als ein Kunstwerk einzurichten. Wir wollen, ähnlich wie es seinerzeit Henry van de Velde proklamierte, gegen das Hässliche ankämpfen mit Hilfe des Schönen, Guten, Praktischen.» Wie beim Bauhaus wird in Ulm die Gründung auf Kunst aber rasch von einer Lehrer- und Studierendengeneration verdrängt, die Technik statt Kunst im Sinn haben.

Die Ideologie der Nützlichkeit

Diesen ändern nämlich genügt der Bezug auf die Funktionalität vollauf, um sich als Designer selbst zu vergewissern. Und berufen sich gegen die «Künstler-Designer» auf den Chicagoer Architekten Louis H. Sullivan, der schon 1896 formuliert: «Form Follows Function», womit Sullivan, der den Ausspruch im Zusammenhang mit dem Bau von Bürohochhäusern getan hat, meint, dass das Wesen eines Baus in der Wahl seiner zeitgemässen, zweckmässigen und angemessenen Konstruktion und Materialien liege, und dass die Formgebung diese Wahl widerspiegle. Nichts weniger und nichts mehr. Sullivan wird in der Folge als Vater eines Funktionalismus erklärt, der sich absolut setzt – obwohl es Sullivan weniger um ein formbestimmendes Gesetz als um eine Beobachtung geht, die er überall in der Natur bestätigt findet. In der gebauten und gestalteten Welt sind es viele Faktoren, welche das Verhältnis zwischen Gebrauchswert des Gegenstandes und seiner Form regeln. Zum Beispiel die technischen Möglichkeiten der industriellen Produktion. Das Selbst- und Arbeitsverständnis der Designer, die nicht mehr Künstler sein wollen, formuliert Otl Aicher, ebenfalls Rektor in Ulm, folgendermassen: «Der Designer ist nicht mehr übergeordneter Künstler, sondern gleichwertiger Partner im Entscheidungsprozess der industriellen Produktion. Die letzten Relikte eines Werkbund-Kunstgewerbes werden preisgegeben.»

Auf der Funktion gründet die zweite Ideologie des Designs. Gut und praktisch: Das wollte es in der Nachfolge des Handwerks immer schon sein. Zum Nutzen der Menschen, zur Glorie der zweckmässigen Form, die flugs als einzig wahre bezeichnet wird. Dass aber allein aus der Funktion die Form des Gegenstands abgeleitet werde, und dass die Utopie der einzig zweckmässigen Form auch das Gute bedeute, das wird in der Geschichte des Designs ebenso häufig behauptet, wie es bezweifelt wird.

Was bedeutet es?

Die stets grau, damit neutral gehaltenen Oberflächen der Produkte aus der Ulmer Schule, die Ödnis der nach Funktionen aufgeteilten Städte lösen irgendwann Unbehagen aus. Funktionalismus kippt in Zweckrationalismus. Theodor W. Adorno schreibt 1965 in seiner Standpauke gegen den Zweckrationalismus: «Das Unzureichende der reinen

Zweckformen ist zutage gekommen, ein Eintöniges, Dürftiges, borniert Praktisches.» Was bedeuten, was erzählen die Dinge? Wie formen sie den Gebrauch und damit die Gesellschaft? Welche Freude und Lust lösen sie aus? Und für welche Schönheit stehen sie? Was als Bewegung des Anti-Designs Ende der Sechzigerjahre vor allem in Italien Aufsehen erregt, bleibt für die Industrie des Designs folgenlos. Erst die postmodernen Achtzigerjahre und ihr freies Spiel mit historischen und ästhetischen Zitate vermag das Design, vor allem Möbel, so zu prägen, dass es in der breiten Öffentlichkeit als Stil diskutiert wird. Dieses Design generiert Mehrwert: Eine «Designer-Kaffeetasse», die ein bisschen nach Studio Alchimia, Memphis oder Philippe Starck aussieht, verkauft sich eine Zeit lang besser. Solche Auswüchse dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich Design thematisch öffnet, Stellung nimmt, theoretischen Überbau produziert, in die Museen kommt und ins Feuilleton gerät wie noch nie in seiner kurzen Geschichte. Fast wie die Kunst.

Orientierung zahlt sich aus

Designer, die den Gebrauch nicht nur über die Funktion, sondern auch mit symbolischen Mitteln steuern, feiern Markterfolge. Sie bedienen die Sehnsucht nach Orientierung: Sie rührt daher, dass viele Dinge, mit denen wir täglich umgehen, Blackboxes sind. Ihr Gebrauch ist uns zwar bald geläufig, ihr Funktionieren verstehen wir aber nicht. Welche Form soll ein MP3-Player haben? Wie soll seine Funktion ablesbar sein? Heute seien nur wenige Gegenstände von solcher Eindeutigkeit, dass sich wie bei den Werkzeugen allein aus dem Zweck die Form ergebe, meint 1997 der Soziologe Lucius Burckhardt. Die Welt ist voller Gegenstände, die «(...) nicht die eindeutigen Randbedingungen von Werkzeugen aufweisen. Deshalb kann der Designer den Gebrauchswert nicht maximieren, sondern nur, im subjektiven Abwägen, mehrere Ziele optimieren.» Und zu diesen Zielen gehört neben «(...) Qualität der Leistung, Grösse, Gewicht, leichte Bedienung, Reparierbarkeit» auch das «Aussehen». Zu wissen, was mit einer Formgebung jenseits von Gebrauchsnutzen an Referenzen aufgerufen und gefestigt wird, ist für Designer überlebenswichtig. Denn eine Bedingung des Markterfolgs in einer konsumgesättigten Gesellschaft ist es, formal «neu» zu sein. Sowohl im Design wie auch in der Kunst.

Faustregel

Und wie unterscheidet sich das Selbstverständnis derjenigen, die Kunst oder Design machen? Designer arbeiten an der Lesbarkeit der Schnittstellen, die uns mit der Welt der Gegenstände und Apparate, der Funktionen und Dienstleistungen verknüpfen. Und weil diese Schnittstellen sich laufend verändern und sich immer schwieriger begreifen lassen, sind die Designer angewandte Hermeneutiker geworden: Sie lesen für uns die Welt und generieren daraus die Formen der Geräte, mit denen wir uns die Welt verfügbar machen. Etwas Ähnliches tun die Künstlerinnen und Künstler auch. Sie interpretieren die Welt. Aber sie behalten sich vor, ihr Tun zweckfrei und offen zu halten für jede mögliche Art des symbolischen Gebrauchs.

Als Faustregel gilt deshalb nach wie vor: Je glatter sich ein Objekt in die Anforderungen der Brauchbarkeit einordnet, desto weniger ist es Kunst. Und umgekehrt: Je besser zu gebrauchen ein Kunstwerk ist, desto mehr ist es – Design. Vorbehalten bleibt wie immer der Einzelfall. •



