



NACH DEM ENDE DER GUTEN FORM

Gerda Breuer

Das Leitziel der Guten Form nach '45 entstammte den Funktionalismus-Debatten, die die modernen Reformbewegungen in Architektur und Design (im heutigen Sprachgebrauch) seit Mitte des 19. Jahrhunderts umflorten. Mit dem Funktionalismus traf die gestalterische Intelligenzija eine Vereinbarung, der modernen Zeit und den neuen bürgerlichen Lebensformen eine symbolische Ausdrucksform zu verleihen. Deshalb pochte der klassische Deutsche Werkbund der zehner und zwanziger Jahre so sehr auf Vergeistigung seiner Leistungen, der Nachkriegswerkbund darauf, Formgebung als Kulturleistung zu betrachten.

Form und Moderne

Anleihen bei fernen Zeiten oder fernen Ländern zu machen, um durch Revitalisierung oder Umdeutung versatzstückartig das eigene Formenrepertoire zu konnotieren, entsprach nicht den Werten der Moderne. Das Erzählerische, mit dem man im Historismus oder dem Exotismus argumentierte und das man als Oberfläche in die viktorianische Kunstindustrie oder das kontinentale Kunstgewerbe übernahm, wurde abgestreift zugunsten neuer Vereinbarungen. Dabei charakterisiert die Reformbewegungen ein geradezu unerbittlicher Wille zur Wahrheit (M. Foucault). Dazu zählte, voraussetzungslos neu zu sein und damit auch das Neue der eigenen Zeit und Gesellschaft zu formulieren. Dieses Neue zielte im Wesentlichen auf eine demokratische Gesellschaft, Design wollte vor allem einen Mangel ausgleichen: bisher vernachlässigte Gesellschaftsschichten an den egalitären Glückversprechen einer demokratischen Gesellschaft durch ein symbolisches Design für alle teilnehmen zu lassen. Letztendlich sollte dieses Leitziel in ein internationales Esperanto der Form fließen.

Diese Spiritualisierung der Dinge erfolgte unabhängig von der Haltung des einzelnen im Geiste der Zeit, es ist dabei unerheblich, ob beispielsweise Mart Stam ein überzeugter Verfechter des kosmopolitischen demokratischen Geistes war, Marcel Breuer dagegen eher pragmatisch mit neuen Formen und Materialien spielte. Der von beiden entworfene Stahlrohrstuhl wurde ein Symbol jener funktionalistischen und kosmopolitischen Moderne. Die Moderne deshalb auf eine Gebrauchsanweisung zu reduzieren, die sich in der simplen Matrix einer form follows function erschöpft, greift zu kurz. Die moderne Form war nie nur Gebrauchsform oder Regelwerk von kanonisierten Normen als Summe der einzelnen Regeln, sondern das Ganze war mehr als die Summe seiner Teile: eine Symbolform. Wie es zur Moderne gehörte, überindividuelle Formen zu finden, zählte dazu auch das Bild, das Architekten und Designer von der sozialen Wirklichkeit hatten, dass nämlich alle dieselben Verständigungs-codes der Vernunft, der Schönheit, der Qualität haben. Daraus resultierte eine heute als besserwisserisch empfundene paternalistische Haltung, dass es nur der Aufklärung des Adressaten bedürfe, um das Vernünftige, Schöne und Qualitative erkennen zu können. Die dann einsetzende und den Werkbund so charakterisierende Aufklärungsarbeit war folglich begleitet von einer polaren Rhetorik, die emphatisch zwischen Gut und Böse, Wahr und Falsch unterschied und sich als Kampfbund zur Durchsetzung seiner Ziele

betrachtete. Die „Bewegung“ bildete eine Rhetorik der Wertigkeiten und zugleich der Ausschließung (V. Lampugnani), die bis in die Nachkriegszeit reichte.

Gute Form und Nachkriegszeit

In gewisser Weise wurde dieses Erzählparadigma in der Nachkriegszeit fortgeführt. Und das machte das Antiquierte der Guten Form aus. Schon damals hätte man aus den Fehlern der frühen Moderne lernen können. Denn es gehörte durchgängig zur Crux sämtlicher Reformbewegungen, dass sie die soziale Wirklichkeit falsch eingeschätzt haben. Schichtenspezifisch, Pluralität, kulturelle Relativität der Gesellschaften und gestalterische Interdependenz des Entwurfs zählten zum Kontext, der die Messlatte für Sinn und Erfolg der reformerischen Ideen hätte sein müssen. Der eigene, vom Künstlermythos beeinflusste Individualismus war ebenfalls ein blinder Fleck in der Selbstwahrnehmung. Stattdessen schleuste man alten Wein in neue Schläuche: Von der Form für Jedermann war die Rede, von der Angleichung der Schichten in der nivellierten Mittelstandsgesellschaft, etc. Wie der Funktionalismus war auch die Gute Form der Nachkriegszeit ein wertender Begriff. Das macht beispielsweise der internationale Auftritt der Deutschen auf der Weltausstellung 1958 in Brüssel deutlich: In hohem Maße war die BRD bemüht, ein neues nationales Image aufzubauen. Der Deutsche Pavillon und das Programm der weitgehend von Werkbündlern formulierten „Inhaltskommission“ – die Konzeption stammte vor allem aus der Feder von Hans Schwippert, dem Ersten Werkbundvorsitzenden von 1950-1963 – zeugten von dem Wunsch, von Deutschland wieder das Bild einer fortschrittsfreundlichen und zugleich vertrauenswürdigen Nation zu vermitteln. Das war keine auftrumpfende Leistungsschau des Wirtschaftswunders, umrahmt von einer virtuosen Architektur, von glanzvollen Designobjekten und einer wissenschaftlichen Erfolgsbilanz, sondern eine Entscheidung für eine zurückhaltende demokratisch-ethische Lebensform. Auch die griffige Formel für die Gute Form von Theodor Heuss, Qualität sei das Anständige, zielte auf die Ethik der Entwurfshaltung des Designers.

Der Werkbund hat dann das Bravourstück hervorgebracht, das er sich so wenig auf seine Fahnen schreibt, nämlich am Ende der 50er Jahre eine Phase der Reflexion einzulegen, das eigentliche



2 ZAPATO-Schuhlöffel (POTT)
Entwurf: Ralph Krämer

Gebot der Stunde nach Kriegsende, die so schnell dem einsetzenden wirtschaftlichen Erfolg zum Opfer fiel. Während er sich gleichzeitig den Ruf des Tassenwerkbunds, des dingfixierten und dingverliebten Formalisten einhandelte, die Werkbundkiste des klassischen Werkbundes gegen die Deutsche Warenkunde eintauschte und alljährlich für gelungene Einzelobjekte den Preis für die Gute Form auslobte, wurde in den eigenen Reihen schon vehemente Kritik deutlich. 1959 auf der Werkbundtagung in Marl mit dem Titel Die große Landzerstörung hatte Hans Schwippert bereits gewarnt, dass der Werkbund „unter dem Terror gehetzter Hervorbringungen und den Reizen ästhetischer Novitäten vollends zugrunde“ gehe, und von den „Denaturierungen des Fortschritts“ gesprochen.¹ Das Konzept der Qualitäts- und Formverbesserung und der ständigen Innovation am Objekt sollte zugunsten anderer Schwerpunkte, im Fall des Marler Werkbundtages zugunsten der Umweltverträglichkeit und der Nachhaltigkeit, eingetauscht werden. In der Hochblüte seines Konzeptes der Guten Form nahm der Werkbund die Rolle des gesellschafts- und konsumkritischen Beobachters der gesellschaftlichen Entwicklung ein. Fast zeitgleich, nämlich 1958 in einem Vortrag auf der Weltausstellung in Brüssel, entwickelte Tomas Maldonado sein Konzept eines Richtungswechsels der HfG Ulm: die Ablösung des Primats der Form sollte durch eine größere Theorieorientierung der jüngeren Generation ersetzt werden und durch das Reflektieren struktureller Grundlagen des Entwurfs. Der Sturz des Protagonisten der Guten Form, Max Bill, der angeblich das Künstlerisch-Intuitive so sehr verkörperte, war besiegelt.

Form als dynamisierte Symbolsprache

Die soziale Wirklichkeit hat sich – nicht zuletzt auch die Designwirklichkeit – heute verändert. Das Leitbild der Egalität, ein Design für alle, gegossen in allgemein verbindliche Formvereinbarungen und getragen vom Bild einer Gesellschaft aus einem Guss, konnte sich eine Zeitlang halten, abgefedert von der wirtschaftlichen Prosperität der trente glorieuse, um dann in Pluralismus und Individualismus auszukristallisieren. Sozial und stadträumlich schlug sich dieser Prozess in Milieus, Lebenswelten und Subkulturen nieder. Diese mussten wegen ihrer differenzierten und dynamischen Arbeits- und Lebensformen im Höchstmaß symbolisch kommunizieren, um nach innen und nach außen verständlich zu sein. In Anlehnung an Geor-

ge Herbert Meads Vorstellung von conversation in gestures, die stabilisierende Funktion von Gesten für die Alltagskommunikation, konnte man von conversation in design sprechen: das Phänomen der Markenkids (Norbert Bolz) trat auf, der symbolischen Kleidung von Randgruppen, die wiederum in teure Kleidermode integriert wurde.

Für Designer war das kein Problem, im Gegenteil: die neuen Zielgruppen-Modelle der Kulturosoziologen, die Marktsegment- und Trend-Forschung von Marketingspezialisten haben geholfen, Lebensstile aufzuspüren, zu identifizieren und die Kreativität von Designern für immer neue symbolische Formen anzukurbeln. Designer mutierten zu Interpret(en) gesellschaftlicher Befindlichkeit in Form adäquater Hardware (Alex Buck). Aufgrund der Attraktivität eines immer vielfältigeren Marktes wurde die Produktion von Design eher gesteigert und der Bedarf an visuell-sprachlicher Differenzierung erhöht, was nicht zuletzt in einen regelrechten Design-Boom seit den 80er Jahren mündete. Vice versa bauten Designer ihre Vorbehalte gegen Trends und Moden ab, eine Ermüdung angesichts eines inflationär gebrauchten Moralbegriffs der historischen Moderne trat ein.

Vielorts ist bei Vertretern der Designerzunft inzwischen jedoch ein Unbehagen entstanden angesichts der Rolle, die Design heute einnimmt. Dazu gehört das Glänzende und Statusbehaftete von „Designobjekten“, vermittelt durch den ästhetischen Mehrwert; dazu zählt die Simulation der Innovation, die inzwischen wegen inflationären Gebrauchs kaum mehr überzeugen kann; das Massenphänomen der schönen und billigen Gebrauchsartikel, die man nicht braucht oder die Sinnlosigkeit der Qualitätssteigerung: Der iPod, der so viele Musikstücke speichern kann, dass kein Leben dazu reicht, sie je zu hören; der Pkw, der so schnell fährt, dass man ihn bei den innerstädtischen Geschwindigkeitsbegrenzungen nicht ausfahren kann, die Sicherheitsausrüstungen, die dazu verleiten, unbedachter zu fahren; die digitalen Möglichkeiten, jeden individuellen Konsumentenwunsch zu erfüllen, wobei man weiß, dass der Konsument oft gar keine individuellen Wünsche hat, sondern sich einer „standardisierten Individualität“ (Norbert Bolz) anpasst. Design ist in die quantitative und qualitative Spirale eines Steigerungsspiels geraten, das durch ständiges Überbieten an Seriosität verloren hat.

Die grundsätzliche Entscheidung für oder gegen die Instrumentalisierung von Design für das neue Erzählerische: die Überflussgesellschaft, die soziale

Distinktion, der Fortschrittmythos, die unendliche Steigerung etc., unterscheidet jedoch die heutige nicht von der historischen Moderne. Gutes Design ist auch heute Ausfluss einer gestalterischen Kompetenz, die in einer Wechselbeziehung zum Bedarf einer Jetztzeit steht und der die Reflexion über ihre Relevanz vorausgeht. Design hat nach wie vor Orientierungsfunktion. Doch noch Gerhard Schulzes Begriff der Erlebnisgesellschaft zehrte vom Paradigma des immer mehr und immer besser und des nahezu beliebigen Zugriffs auf die Warenwelt. Diese gesellschaftliche Realität wird eine unter vielen bleiben, durch Veränderungen, Verschiebungen, Auflösungen, Schrumpfungen und Verstärkungen kommt es aber auch zu einer stärkeren Dynamisierung der Gesellschaft und damit erneut in vielen Bereichen zu einer Sprachlosigkeit, oder zumindest einem Bedürfnis nach Kommunikation. Sprachlich-symbolische Kompetenz sollte deshalb die Gute Form von heute charakterisieren, gutes Design die Richtung und die Qualität der Kommunikation angeben.

Einzelne Brennpunkte für diesen Bedarf sollen exemplarisch genannt werden:

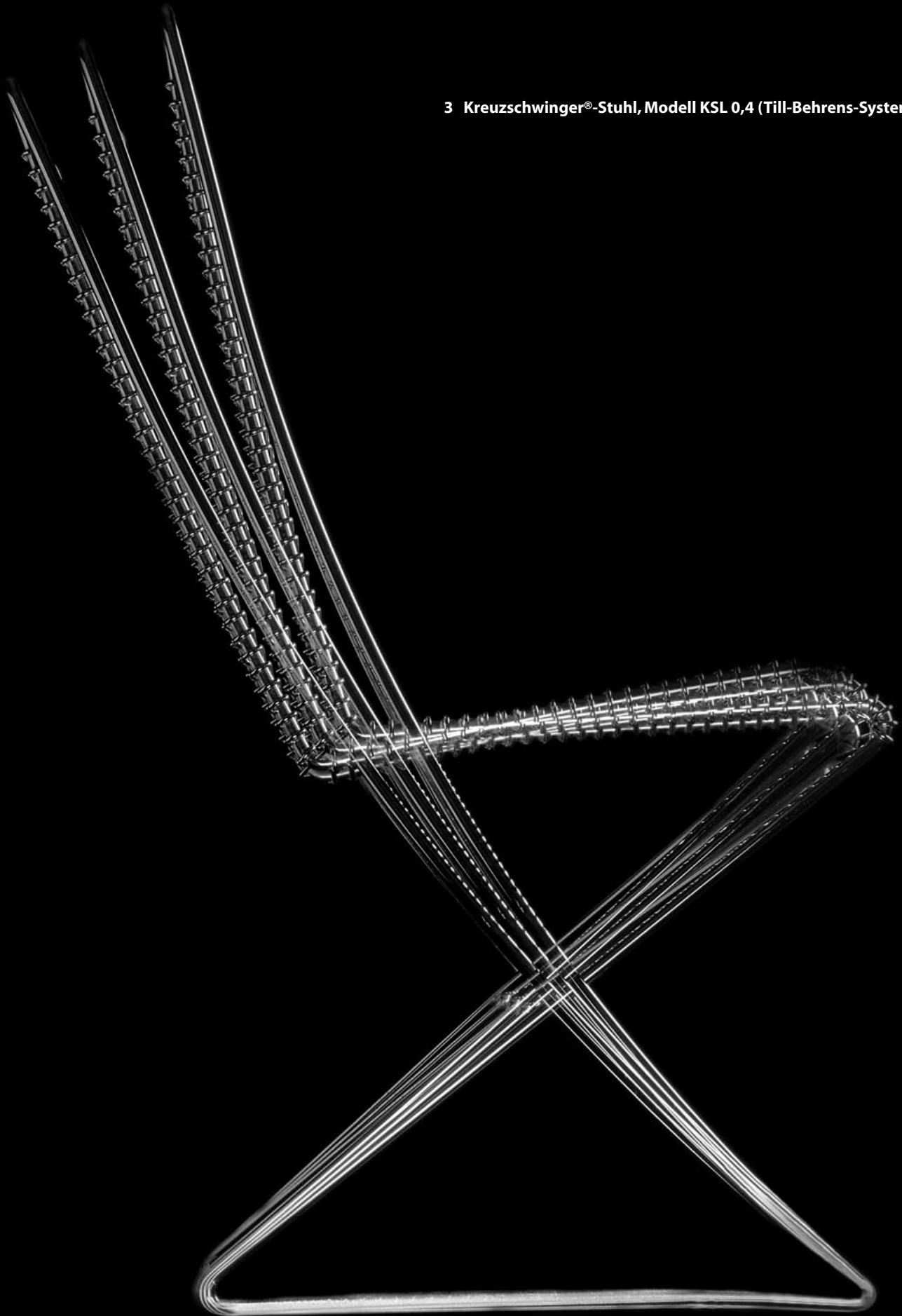
1. Gestaltung veränderter Räume

Die auf die „alte europäische Stadt“ als Leitbild eingeschworene Raumplanung und die aus dem Bild von Zentrum und Peripherie entstandene Hierarchisierung der Räume ist schon seit geraumer Zeit in Frage gestellt worden und braucht neue kommunikative Bilder für neue Raumordnungen. Eine besondere Herausforderung stellen schrumpfende Städte dar, die durch ökonomische und demographische Veränderungen entstehen. Unter dem Stichwort Ästhetik der Leere forderten Architekturtheoretiker ein Umdenken, das den Schrumpfungsprozess nicht allein als Mangel und Katastrophe auffasst, sondern auch als Chance für eine neue qualitative Konzipierung der Räume. Es ist u.a. die Folgeinstitution einer alten „Designschule“, die Stiftung Bauhaus Dessau, die sich im Verbund mit der IBA Sachsen-Anhalt den Problemstädten in ihrem Bundesland widmet und damit zugleich neue Konzepte für die Folgeinstitution der klassischen Moderne erprobt.

2. Visuelle Kommunikation

Seit geraumer Zeit stellt die deutschstämmige Bevölkerung nicht mehr allein die Mehrheitsgesellschaft dar, sondern ein hoher Prozentsatz von Deutschen hat einen Migrationshintergrund und eine entsprechend andere Religion als die christliche. Es sollen beispielsweise gut drei Millionen

3 Kreuzschwinger®-Stuhl, Modell KSL 0,4 (Till-Behrens-Systeme GmbH)



Muslime in Deutschland leben und 2600 muslimische Gebetsstätten errichtet haben, davon allein 100 in Hamburg und 70 in Berlin. Allgemein sind Moscheen nicht mehr versteckt in Hinterhöfen, an der Peripherie oder unattraktiven Stadtgebieten zu finden wie noch in den 70er Jahren, sondern an prominenten Stellen der Innenstädte. Es entspricht auf beiden Seiten der Haltung, die man den neuen Moscheen gegenüber einnimmt, ob sie Orte der Begegnung und Integration sein sollen oder islamische Parallelwelten. Hier ist Design als visuelle Kommunikation gefordert und als ein Prozess der Diskussion, der nicht unbedingt vordergründig und direkt in ein Objekt, einen Bau, münden muss.

3. Lebensalter-Gruppen

Stand die Jugend lange Zeit im Zentrum von designischen Anstrengungen, werden gegenwärtig verstärkt alternative Lebensformen für ältere und alte Menschen erprobt, die nicht mehr den gängigen Klischees von Lebenswelten in Seniorenheimen und Krankenhäusern entsprechen. Neben einem spezifischen, dem Bedarf des Lebensalters angepassten Produktdesign spielen Orientierungshilfen im privaten wie öffentlichen Raum eine Rolle, wenn alte Menschen nicht mehr kasserniert werden wollen und Dienstleistungen, die bisher die öffentliche Hand übernahm, privatisiert werden. Dasselbe gilt für viele andere gesellschaftliche Gruppen wie Fremdsprachige, Behinderte, Kinder, vermutlich auch Arbeitslose, die nicht mehr als Randgruppen bezeichnet werden können.

4. Lebensweltdesign

Durch die zunehmende Vermischung der Kulturen und neu entstehender Post-Systeme bzw. Hybrid-Kulturen entsteht ein neues Bedürfnis nach Distinktion und eigener kultureller Identität. Design muss sich hier mit der spezifischen Geschichte der einzelnen Kulturen auseinandersetzen und der neuen sozialen Gemengelage, in die sie geraten.

5. Visualisierung von Informationen

Gewaltige wissenschaftliche Informationen wie die neuronale Forschung oder neue Technologien beispielsweise bei medizinischen Eingriffen verlangen nach einer visualisierten Gestaltung, die das komplexe Wissen schnell und transparent kommuniziert. Das Interface-Design nimmt als Schnittstelle der Kommunikation an Bedeutung zu, es ermöglicht den Umgang mit black boxes, immer komplexer werdender und für Laien kaum verständlicher Technik.

Die Zahl der ernsthaften, drängenden Themen, die einer visuellen Kommunikation und symbolisch-rhetorischer Angebote bedürfen, ist uferlos und erschöpft sich nicht in den Warenwelten glamouröser ästhetischer Distinktion, noch in den Dingen des billigen und schönen Alltagsdesigns. Am Ende der Guten Form bleibt ein substantieller Baustein seiner Tradition bestehen: als wertender Begriff verlangt er Entscheidungen des Entwerfers, eine Haltung, der allerdings – heute möglicherweise mehr als in der historischen Moderne – Reflexion und Wissen vorausgehen muss.



4 Haltegriff aus dem ErgoSystem diagonal-oval (FSB), design award winner 2003 und Anerkennung beim Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2004

Zur Autorin:

Gerda Breuer, Dr./ Designhistorikerin, Professorin für Kunst- und Designgeschichte der Bergischen Universität Wuppertal. Sie ist Vorsitzende des wissenschaftlichen Beirates der Stiftung Bauhaus Dessau. Zu ihren Publikationen gehören: Die Erfindung des Modernen Klassikers, 2001; Willi Moegle. Angewandte Sachfotografie, 2004; Designgeschichte ausstellen, 2006.