

Gudrun Scholz

Die vier Krisen des funktionalistischen Design (1970er)

Resumé Ich habe die vier Krisen des funktionalistischen Design (in den 1970ern) hier in Bezug auf das Produktdesign beschrieben. Es gibt nicht nur eine ästhetische Krise (form follows function), sondern sie wird von anderen begleitet: gesellschaftspolitische Krise, Krise des Wohlstands, Technikkrise

1. Gesellschaftspolitische Krise

Die Krise des funktionalistischen Design ist erstens eine gesellschaftspolitische Krise. Sie wird vor allem durch die Studentenbewegung ausgelöst. Das Industriedesign wird zum **Design des Establishment**. Konsumenten, Studenten in erster Linie, antworten mit **gesellschaftspolitischen Radikalisierungen des Alltags**. Ich bezeichne dies analog zur Arte Povera als Armes Design. Das Arme Design verweigert sich aktiv und provokant dem Establishment in seinen **Verweigerungsobjekten**. (Waschmaschinenschüsseln, Teekisten, Reifensofas) Sie stehen für Konsumverweigerung, Designverweigerung (sie gelten auch für die zweite Krise) und die noch grundsätzlichere Traditionsverweigerung.

2. Krise des Wohlstands

Die Krise des funktionalistischen Design wird zweitens zu einer grundlegenden **Krise des Wohlstands**. Design wird als Wohlstandsdesign gesehen und gerät in die Kritik.

Info Wohlstand und Wachstum stehen miteinander in Zusammenhang. Wohlstand ist seit den 1960ern nicht nur Konsum. Sondern Wohlstand wird erstens zu immer mehr Konsum. Und Wohlstand wird zweitens zum Konsum immer neuer Produkte. Fritz Henkel zu den 1960ern: "Die Industrie lebt von dem, was der Mensch bis vor kurzem, gemessen an der Zeit seiner langen Entwicklung weder kannte noch benötigte." (80 Jahre Persil: 62)

Eine erste Wohlstands- oder Wachstumskrise zeichnet sich Anfang der 1970er ab, signalisiert den nicht mehr haltbaren Wohlstand. Es ist der **Club of Rome**, der sie in seinem Bericht "**Grenzen des Wachstums**" beschreibt. (1972) Sein Titel wird zum Medienbegriff. Seine Inhalte sind jedoch bis heute umstritten und umkämpft. Denn der Club of Rome setzt anstelle des Bruttosozialprodukts eines Landes das Ökosozialprodukt. Und er fordert, dass nicht nur das industrielle Wachstum gerechnet wird, sondern dass die Verluste in der Natur dagegen gerechnet werden. (van Dieren, Mit der Natur rechnen, 1995)

3. Technikkrise

Hinter den Grenzen des Wachstums – das machen der Begriff und die Idee des Ökosozialprodukts deutlich – steht nicht nur eine ökonomische, sondern eine **ökologische Position**. Der Club of Rome ist die erste Institution, die außerhalb des Kunstbereichs in seinem genannten Bericht unsere Umwelt thematisiert und politisiert. Das heißt, er weist dort auf die absehbare Bedrohung allen Lebens auf der Erde hin, ohne apokalyptisch wirken zu wollen. Sein Bericht geht von einer realistischen Einschätzung aus, das auf einem Simulationsmodell (World III) basiert. Seine zentrale These wird kurze Zeit darauf durch die erste große Technikkrise bestätigt. (Erdölkrise 1973, Seveso 1976)

Die Krise des funktionalistischen Design gehört also drittens zu einer **Technikkrise** und, damit direkt verbunden, zu einer **ökologischen Krise**. Das funktionalistische Design hatte sich der Technikeuphorie verschrieben. Und die glänzende und erfolgversprechende Technik liefert bis einschließlich der HfG Ulm die Grundbedingungen für die gestalterischen Prozesse. Demgegenüber wird das Arme Design, vor allem seine Recyclingobjekte, zum Zeichen für eine notwendige Ökologie im Design. (1975 entstehen die ersten Bürgerinitiativen, die gegen die geplante Nuklearmüllkippe in Gorleben mobil machen.) Produktdesigner (Peter Raake, seine Pappmöbel z.B. 1968) selbst beteiligt sehr früh in ihren Entwürfen am Thema Recycling, lange bevor die Politik das erste Umweltministerium einrichtet. (1986?)

4. Ästhetische Krise

Die Krise des funktionalistischen Design ist schließlich und viertens eine **Ästhetische Krise**, eine Krise der ästhetischen Grundlagen des Funktionalismus. (Davon hat sich das Design bis heute nicht erholt. Frage: Was sind die gestalterischen Grundlagen heute?)

Und sie ist eine Krise des funktionalistischen Menschenbilds. Das Arme Design verweigert sich beidem und fordert eine Beteiligung der Benutzer an der Gestaltung. Dahinter liegt die Erkenntnis und das Bedürfnis, dass das Design schließlich für uns erfunden ist. (Sicher ist, das gehört zum ästhetischen Diskurs dazu, das anonyme Menschenbild des Design hat ausgedient, nicht aber die Funktion / der Gebrauch selbst. Das ist immer wieder vertauscht worden. Es geht um ein neues Menschenbild (oder neue Menschenbilder) in der Gestaltung, doch der Markt hat einen

anderen Begriff, auch in den Hochschulen an dessen Stelle gesetzt, den Zielkonsumenten. Demgegenüber fordert z.B. Philippe Starck in den 1980ern nicht mehr von anonymen Entwurfsgrößen auszugehen, sondern für einzelne zu gestalten, den Freund, die Geliebte.)

Zurück zu den 1970ern: Ein neuer Begriff versucht kurze Zeit Abhilfe in der Ästhetischen Krise zu schaffen, die **sinnliche Funktion** (Jochen Gros, HfG Offenbach). Sie steht für die Wiederentdeckung der sinnlichen Wahrnehmungen und Fähigkeiten des Menschen und will sie im Design einlösen. Wir können an eine Parallele zur Arte Povera denken. Doch die Forderung nach einer sinnlichen Funktion der Gegenstände verlängert die gestalterischen Grundlagen der Moderne. Denn es geht, so Gros, lediglich um einen "erweiterten Funktionsbegriff". Ein neues Menschenbild, für das und mit gestaltet wird, wird damit noch nicht thematisiert.

Die vier Krisen des funktionalistischen Design sind keine nationale Angelegenheit. Sondern sie sind europäische Krisen. Und sie sind letzten Endes **Bewusstseinskrisen. Unser Bewusstsein wird stets von Konzepten bestimmt. Konzepte sind Brillen. Sie bestimmen wie wir jeweils sehen und denken, und was wir jeweils erkennen.**

Das heißt, hinter dem Design der 1970er stehen Konzepte, die so nicht mehr tragfähig sind. Es sind Brillen, deren Gläser nicht mehr scharf oder blind geworden sind. Dies sind, noch einmal, **das Konzept eines ständig wachsenden Wohlstands, das Konzept des technischen Denkens als alles bestimmenden Denken und schließlich das Konzept des Funktionalismus und seines funktionalistischen Menschenbildes (der Mensch als Funktion).**

5. Ausblick 2012

Nach der Krise des Funktionalismus gibt es bis heute keine derart definite Aussage zur Form mehr. An dessen Stelle tritt ein Pluralismus. Ich habe Philippe Starck zitiert. (der persönliche user) Eine andere Position, die sich (leider) auch in den Hochschulen, seit den 1990ern durchgesetzt hat: Der Funktionalismus wird durch einen **ökonomischen Funktionalismus** ersetzt (Zielgruppenfunktionalismus). Wenn wir noch den Slogan der Moderne verwenden wollen, heißt es dann: form follows selling / shopping. Die Funktion, der Parameter des Produktdesign, wird ersetzt, durch selling (der Industrie) oder shopping (des Konsumenten).

Literatur

Wouter van Dieren, Mit der Natur rechnen. 1995 der neue Club of Rome Bericht, (Birkhäuser) 1995
Wolfgang Feiter, 80 Jahre Persil. Produkt- und Werbegeschichte (Schriften des Werksarchivs 20). 1987
Dennis Meadows u.a., Die Grenzen des Wachstums. Stuttgart 1972