

Größe und Farben nicht, obwohl es durch die Jury eine lobende Anerkennung erhielt.

Werbung für gut gestaltete Industrieerzeugnisse setzt auch eine durchdachte, rationell konzipierte Ausstellungsgestaltung voraus, die selbst eine Komponente visueller Kommunikation für das Design ist. Qualitätserzeugnisse müssen qualitativvoll angeboten werden. Diese Einsicht entspricht den Forderungen der Konsumenten und der Fachleute. Die BIO wird dieser Tatsache zukünftig Rechnung tragen müssen.

Gerhard Dunkel

### Barrieren und Tendenzen

Die im März 1968 auf der Münchener Theresienhöhe durchgeführte Internationale Handwerksmesse war kaum als ein besonderes kommerzielles Ereignis zu notieren, auch wenn man ihr als der Zwanzigsten eine hohe Publicity verschafft hatte. Der vom Bonner Wirtschaftsminister Schiller viel zitierte Marsch aus der Talsohle war mehr ein vorsichtiges Auf-der-Stelle-Treten, so wurde das Unternehmen für viele, die da kamen, zur Schau oder gar zum Gaudi. Was jedoch diese Internationale Handwerksmesse in München von ihren Vorgängerinnen abhob, war der Versuch, „Design zwischen Handwerk und Industrie“ zu zelebrieren, ein Versuch, den man angesichts der auch in der Bundesrepublik schlummernden und effektiven gestalterischen Potenzen als mißglückt bezeichnen muß.

Was über Design gesagt werden sollte, war in einem Internationalen Kongreß „Gestalt durch Bildung“ verdichtet – was Design sein sollte, wurde in einigen Sonderschauen angeboten. Dem Kongreß lagen Gedanken und Zielsetzungen zugrunde, wie sie in den vom Gestaltkreis im Bundesverband der Deutschen Industrie vorgelegten „Forderungen zur ästhetischen Bildung“ formuliert sind. Wer jedoch ästhetische Urteilsfähigkeit heranbilden, wer die Form zum Gegenstand von Unterricht und Ausbildung machen will, muß sich logischerweise über das Wesen der

Form und über den gesellschaftlichen Charakter von Gestaltung und Gestalter klar sein. Wir unterstellen dies als ein ehrliches Bemühen des Kongresses. Sicherlich ist dabei in methodologischer Hinsicht manches Interessante und Praktikable zutage gefördert worden. Aber vor der Frage des Wie steht eben immer noch die Frage des Was.

Die Substanz dessen, was die Experten zu bieten hatten, wurde wohl ungewollt in einer Pressekonferenz vom Messedirektor Holbe deutlich gemacht, der, „wo alles nur von Wachstumsraten spricht“, die „Musen nicht ganz verstummen“ lassen möchte. Zwar konnte man beim Referat von Professor David Ecker, USA, hören, daß es heute neue ästhetische Kategorien, wie Präzision, Ökonomie, Hygiene usw., gäbe. Wer aber den Versuch einer ästhetischen und sozialen Ausdeutung des Begriffs Design erhoffte, wurde enttäuscht. Es blieb bei der Kunst, für die Ecker keine endgültige Definition erkennt, „da sie sich immer neu offenbart“. Professor Winter, Krefeld, und gleich ihm der Kultusminister Prof. Hahn, Stuttgart, sprach von „Ethik der technischen Existenz“ bzw. von der „entscheidenden Bedeutung“ des „ethischen Standorts des Gestaltenden, seiner Stellung zum Mitmenschen“. Keiner vermochte klarzumachen, wie denn technische Existenz zu begreifen oder wo der ethische Standort angesiedelt sei. Das nimmt nicht wunder. Wer Gelegenheit hatte, 14 Tage später auf dem 16. (west)deutschen Soziologentag in Frankfurt zu erleben, wie wenig die Diagnostiker des sozialen Gefüges die Gegenwart kapitalistischer Lebens- und Erlebensbereiche zu erkennen vermochten, kommt zu dem zwangsläufigen Schluß, daß philosophisch-idealistische Anschauungen in Ignoranz gegenüber der gesellschaftlichen Wirklichkeit erstarren. So wird die Klage von Professor Zacharias, München, verständlich: „Wir sind bei allem am Anfang. Uns fehlen Terminologie, Orientierungen, aber auch die Mitwirkung von Soziologie, Kybernetik, Psychologie und anderen Disziplinen.“ Dabei will uns erscheinen, daß in den fehlenden

Orientierungen – im sozialökonomischen Sinne begriffen – der Angelpunkt liegt.

Einen schlagenden Beweis für die wirkenden Realitäten und gegen den beschworenen ethischen Standort lieferte Philip Rosenthal mit der schlichten Erklärung: „Auch der gutwilligste Produzent muß Kitsch machen, wenn er nicht verkauft.“ Eine Parallele zum Frankfurter Soziologenkongreß ist sicherlich kein Zufall: wie dort bei der „etablierten Soziologie“ zu den Studenten tat sich hier bei der etablierten Ästhetik und beim arrivierten Design eine Kluft zu den jungen, progressiven, eine glaubwürdige Verantwortung suchenden Gestaltern auf und erzeugte einen Unwillen, der nicht auf den Ulmer Kreis beschränkt ist.

So machte der Kongreß die Barrieren fühlbar, die einer an den echten sozialen Bedürfnissen orientierten Design-Entwicklung entgegenstehen: sie liegen in der Gesellschaftsordnung begründet, aufgerichtet von denen, die von guter Form sprechen, aber ihr Geschäft meinen. Ihre professoralen Ideologen können nichts anderes sein als ihre Apologeten, verbrämt mit dem Mantel einer nebulösen Ethik. Der Geist, der nach Alternative sucht, findet sie in der Isolation oder im suspekten Protest, der derzeit in Bonner Landen mehr denn je in die Verdammnis führt.

So enttäuscht, aber nicht entmutigt, machte sich der Beobachter auf, dem Design im Angebot der Sonderschauen nachzuspüren. Horst Döhner, Messearchitekt und guter Ausstellungsgestalter (das sei ihm ausdrücklich bescheinigt), setzte ins rechte Licht auch, was Schatten verdient hätte. Sehen wir von dem löblichen Versuch der Schulen ab, sich durch Proben eines Design von morgen verständlich zu machen, so muß man die Frage stellen: wo war das Design, wo war es mit den Kriterien der vervielfältigungsfähigen Form, der Technologie, der Ökonomie, der psycho-physiologischen Optimierung der Elemente und anderem? Waren es die Kellerbar, das Himmelbett, die Wohlstandsprahlerei in Holz, Leder, Fellen, jene unbewohnbaren Gebilde, die zwar eine solide Hand-