



Integrierte Informationseinheit
INFORMAT (oben, links)
Ausstellungsbereich „Wie wir die
Kommunikation erweitern“
(oben, rechts)
Akustisches Kommunikations-Spiel
für 2 Personen von Haus-Rucker-Co
(darunter, links)
Abhöranlage für ein mit der
„Kunstkopf“-Technik aufgenommenes
Tonbandprogramm (darunter, rechts)

Peter Frank, Industrie-Designer, übernahm im Auftrag des Kölner Kunstgewerbemuseums die Entwicklung der Idee und die Leitung der Ausstellung „Sehen und Hören – Design und Kommunikation“. Das vielversprechende, bedeutungsvolle Programm veranlaßte den Präsidenten des ICSID, den Mitgliederinstitutionen die Teilnahme an der Ausstellung zu empfehlen. Im Prozeß der Verwirklichung der Ausstellungskonzeption erfolgten eine Reihe von Abstrichen. Wir können uns nur mit den daseienden Ergebnissen der Ausstellung und dem Katalog beschäftigen.

Immerhin verspricht der Katalog, für das reduzierte Ausstellungsprogramm noch Wesentliches zu leisten. Die Ausstellung wolle „zum Entstehen eines kritischen Verhaltens beitragen, das die funktionalen, gestalterischen, sozialen und wirtschaftlichen Faktoren gleichermaßen erfaßt“ (Peter Frank). Also Analyse und Kritik gesellschaftlicher Zusammenhänge des Design. Als ausstellungsimmanente Mittel werden „ausgestellte Geräte mit Texten und methodischen Gliederungen etc.“ angekündigt. Aber in der Ausstellung und in den Beiträgen des umfangreichen Katalogs artikuliert sich bestenfalls fatalistisches Unbehagen an der „unaufhaltsamen Produktionsmaschinerie der profitbestrebten freien Marktwirtschaft“, die für das Design „zwiespältige“ Fol-

gen habe (Brigitte Klesse, Direktor des Kunstgewerbemuseums der Stadt Köln). Etwas verschämt wird unterschwellig als Ideal des eigenen Tuns das „Streben nach wertneutraler Objektivität“ proklamiert (B. Klesse). Design könne sich zumindest partiell aus gesellschaftlichen Zwängen befreien, wenn es sich als „problembewußtes Design“ in den „Dienst der Bewältigung unserer sozialen Gegenwartsprobleme“ stelle und so einen Beitrag für die „Verbesserung der ‚Qualität des Lebens‘“ leiste.

Theoretischer Positivismus: In der Wertabstrenzung verschwindet die Möglichkeit, artifizielle und gesellschaftliche Rangfragen zu untersuchen, in der wissenschaftlichen Analyse muß Design als Resultat kapitalistischer Manipulation entfallen. Logische Folge, die Geräte sollen sich primär selbst deuten. Ordinärer Dingfetischismus. Preisgabe der Wissenschaftlichkeit wird als neue Ausstellungsform für Design-Ausstellungen gepriesen.

Und praktischer Positivismus: eine „humanere Umwelt“ soll durch „organisatorische“, „instrumentelle“ und „letztlich politische Kräfte“ in der Gesellschaft erreicht werden. Das Design wirke da mit.

Was bleibt übrig? Design und Kommunikation bilden das allgemeine Auswahlprinzip für die Exponate und ihrer Gliederung in der Ausstellung. Die

sechshundert Exponate (davon rund vierhundert aus der BRD) teilen sich in folgende thematische Untergruppen auf:

- „Wie wir unsere Sinne erweitern“
- „Wie wir Informationen verarbeiten“
- „Wie wir uns in Zeit und Raum orientieren“
- „Wie wir die Kommunikation erweitern“.

Den einzelnen Ausstellungsabschnitten sind programmatische Texte zugeteilt, die Aufklärung und „kritisches Verhalten“ innervieren sollen.

Dazu ein durchaus nicht böswillig ausgewähltes Beispiel aus dem Komplex „Wie wir uns in Zeit und Raum orientieren“:

„Gestaltung die uns manipuliert!/? – die unser emotionales Verhalten/durch kleine optische Impulse/rational steuert, beeinflusst:/Rot – Stop!/Gelb – Achtung!/Grün – Fahrt frei!/Farben und Frequenzen/als funktionelle Gestaltungselemente,/in einem Kodex von Gestaltungsnormen:/Auch die ‚schönste‘ Heckleuchte ist/deshalb noch kein gutes Design.“

Gesellschaftliche Manipulation als verkehrstechnische Regelung an einer Kreuzung. Der Sachverhalt und das „Warum“ werden verniedlicht, verharmlost, unterschlagen.

Zum „dosierten Wechsel der Ausstel- (Fortsetzung Seite 42)