

Dass Formen von Produkten nicht immer perfekter an den Menschen angepasst sein sollten, sondern im Gegenteil ihrer Aneignung durch den Menschen Widerstand leisten müssen, um die Erfahrbarkeit von Wirklichkeit zu ermöglichen, behaupten die Designer Helga und Hans-Jürgen Lannoch. Sie gehören zu den Begründern der Produktsemantik (form 118, 1987, Design-Issues, MIT-Press, 1989), die ihrer Meinung nach immer mehr im Explikationsdesign zu verharren droht und damit ihre Chance vertut, den kulturellen Umgang des Menschen mit seiner künstlichen Umwelt mitzugestalten.

Produktsemantik zwischen Erklärung und Widerstand

**Wie lange
Dauern die Werke? So lange
Als sie fertig sind.
Solange sie nämlich Mühe machen
Verfallen sie nicht.**

**Einladung zur Mühe
Belohnend die Beteiligung
Ist ihr Wesen von Dauer, so lange
Sie einladen und belohnen.**

Bertold Brecht 1924

Wenn man über Design nachdenkt, fallen einem die unendlich vielen formalen Variationen jener Produkte der Alltagskultur ein, die unseren Wohnungen oder öffentlichen Räumen ihr formales Erscheinungsbild geben und die vielen Geräte, mit denen wir täglich umgehen. Obwohl sie sich funktional oft kaum voneinander unterscheiden sehen sie doch sehr unterschiedlich aus. Ihre äußere Gestalt, ihre Form, gestattet Rückschlüsse auf die gesellschaftliche Rolle des Designs, so wie die Archäologie an Hand gefundener Artefakte ein Bild vergangener Kulturen entwickelt. Diese Rolle, und damit das gestalterische Interesse der Designer, hat sich vom Gegenstand selbst zum Verhältnis Gegenstand-Mensch im körperlichen Sinne zum Verhältnis Gegenstand-Kultur entwickelt. In jeder dieser Phasen wurden Formensprachen geschaffen, deren Elemente und Regeln geeignet waren, die jeweiligen Vorstellungen der Designer und Benutzer zu formulieren und damit auch im Umgang mit den Produkten neue Betrachtungsweisen zu ermöglichen.

In der ersten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts stand die technisch-funktionale Vervollkommnung der Produkte selbst und der Verfahren ihrer Herstellung im Vordergrund. Am Bauhaus, dem gestalterischen Zentrum dieser *Ära der Gegenstände*, wurde die innere Logik der Form der Produkte sehr oft aus ihrer Kinematik abgeleitet. So führte zum Beispiel das Interesse an der Ästhetik des Fahrrades zur Übertragung seiner Gestaltungsmerkmale in andere Bereiche. Von Fernand Légers bildlicher und poetischer Begeisterung für das Fahrrad – *C'est une histoire de métal blanc vu dans le soleil ...* führt ein direkter Weg zu den geschwungenen Stahlrohrstühlen von Mart Stam und Marcel Breuer. Inwieweit der Gegenstand selbst für die damaligen Designer wichtig war, zeigt auch ihre Begeisterung für Materialgerechtigkeit. Sie geht davon aus, dass Werkstoffe fast so etwas wie eine Seele besäßen, die verletzt würde, wann man sie nicht nach den ihnen innewohnenden Eigenschaften verwendete.

Mit dem Entstehen der Massenproduktkultur und der globalen Märkte in den fünfziger Jahren des vorigen Jahrhunderts verschoben sich die gestalterischen Ziele der Designer vom Gegenstand allein

zum Verhältnis Gegenstand-Mensch. An der bedeutendsten Ausbildungsstätte dieser Designepoche, der Ulmer Hochschule für Gestaltung, sollte der Mensch mit Hilfe der empirischen Humanwissenschaften zum Ausgangspunkt designerischer Überlegungen werden. Anthropometrie, Ergonomie, Psychologie, Soziologie, Wahrnehmungstheorie etc. sollten sein individuelles und gesellschaftliches Verhalten exakt beschreibbar machen. Design war dann eigentlich nur noch die methodische Verknüpfung der humanwissenschaftlichen Erkenntnisse mit den technologischen und ökonomischen Möglichkeiten der industriellen Produktion. Kybernetik und Strukturtheorie sollten den Gestaltungsprozess selbst ebenfalls verwissenschaftlichen. Dies war übrigens auch die Zeit, in der Tomás Maldonado die Möglichkeiten der Semiotik für das Design erkannte. Er glaubte, damit nicht nur eine wissenschaftliche Methode für die Analyse der von Designern kreierten Zeichen gefunden zu haben, sondern auch für deren Synthese. In dieser gestalterischen Philosophie entstanden dann auch seine klaren und sachlichen Entwürfe für Linder, Olivetti und Erbe, sowie Hans Gugelots Entwürfe für Braun oder Kodak, die, wie man an den Entwürfen von Jonathan Ive für Apple sehen kann, gerade wieder Einfluss auf das aktuelle Design gewinnen. Andererseits zeigen Otl Aichers allgegenwärtige Piktogramme, die den Menschen auf seine Zeichenhaftigkeit reduziert haben, die Grenzen der Semiotik, wenn diese zu eindimensional gesehen wird. Sie sollten zwar die Kommunikation zwischen unterschiedlichen Sprachen und Kulturen erleichtern, haben dabei in dem Wunsch nach Allgemeingültigkeit das Eingehen auf individuelle Ausprägungen von menschlichen Eigenschaften und Kulturen geopfert. Man erkennt zwar auf vielen Flughäfen der Welt Otl Aichers Zeichen für Toiletten, weiß jedoch zum Beispiel in einem arabischen Land, wo auch Männer lange Gewänder tragen, immer noch nicht, wo man sich hinwenden kann und wo man sich überhaupt befindet. Ein Beispiel für die späten Folgen: in einer Apotheke war ein Schild angebracht mit dem Piktogramm eines Kindes, das auf die Ladentheke klettert, innerhalb eines Verbotsschildes aus dem Straßenverkehr – Welch ein Triumph der Zeichen.

Während der wissenschaftlichen Ära des Designs vollzog sich bei den Produkten eine Verschiebung von überwiegend kinematischen hin zu elektronischen Produkten. Dies führte zu der Trennung innerer technischer Funktionen und äußerer für den Kontakt mit dem Menschen inszenierter Elemente. Es war wohl die Antizipation dessen, was man bei heutigen Produkten Hardware und Benutzeroberfläche (human interface) nennt. Die innere Funktion sollte für den Menschen nicht berührbar und schließlich auch nicht sichtbar sein. Sie wurde in Behälter (black boxes) eingeschlossen, für die an der hfg-uhl die so genannte topologische Formensprache entwickelt wurde, die den Körper als ein Gebilde aus Flächen verstand, die durch ein System von in der Größe gestaffelten Radien verbunden waren. Diese Radientopologie ist bis heute ein weltweit verbreitetes Gestaltungsprinzip für volumenhafte Körper, vom Automobil bis zur Espressomaschine.

Das Design der Epochen der Gegenstände und der Gegenstand-Mensch Beziehungen wird auch funktionalistisch genannt und kennzeichnet die so genannte Moderne, die natürlich auch in der Architektur stattgefunden hat. Erstmals in Frage gestellt wurden ihre Gestaltungsprinzipien und die dahinter liegenden Theorien durch die so genannten postmodernen Ansätze. Zeitgleich zur ‚Postmoderne‘ in der Architektur hat Ettore Sottsass 1980 mit der ‚Memphis Group‘ Produkte entworfen, die sich mit deutlicher Ironie über die perfekte Anpassung an den wissenschaftlich objektivierten Menschen hinwegsetzten. Das praktische Funktionieren tritt in den Hintergrund oder wird als selbstverständlich vorausgesetzt. Es wird von ganz unterschiedlichen designerischen Ansätzen in Frage gestellt, die sich mit den Wechselwirkungen zwischen der Welt der Produkte und kulturellen Vorstellungen des differenzierten gesellschaftlichen Umfeldes auseinanderzusetzen.

Es ist der Beginn der *kulturellen Ära* des Designs, in der die künstlichen Gegenstände sich verstärkt auf den Menschen als kulturelles Wesen beziehen. Hier rückt die Bedeutung der Produkte für den Menschen in den Vordergrund, während ihre praktische Funktionalität als selbstverständlich vorausgesetzt wird. In den USA und in Deutschland entwickelten Absolventen der hfg-uhl unabhängig voneinander die ersten theoretischen und methodischen Ansätze zur Produktsemantik (product semantics). Sie führten zu Entwurfsmethoden, die vom Auflisten von Attributen über die Metaphernbildung zu linguistischen Interpretationen (wozu auch unser Ansatz gehört) reichen. Gemeinsam ist ihnen, dass sie die gestalterischen Merkmale, die ein Produkt kennzeichnen sollen, aus der Perspektive des kulturellen Umgangs des Menschen mit ihnen ableiten. Schon der Titel von Klaus Krippendorfs 2006 erschienenem Buch über die gesamte Entwicklung und heutige Bedeutung der Produktsemantik, ‚*The Semantic Turn*‘, weist darauf hin, dass es sich um einen Paradigmenwechsel handelt, analog zu ‚*Linguistic Turn*‘ und ‚*Iconographic Turn*‘.

Zunächst ist die Produktsemantik natürlich geeignet, dem Benutzer deutlich zu machen, was für ein Produkt er vor sich hat und welche Eigenschaften es besitzt und welche kulturelle Rolle es spielt.

Dann kann sie dem Menschen die direkte Bedeutung einer bestimmten Form des Produktes oder seiner Details für eine eventuelle Benutzung zu erklären. Wie oder wo fasse ich es an, was passiert, wenn ich bestimmte Elemente bediene, in welcher Reihenfolge kann ich dies oder jenes tun, etc. Dies ist den elektronischen Produkten ja nicht mehr so direkt anzusehen wie etwa den kinematischen. Wenn jedoch bei aktuellen Produkten der Informationstechnologien die Interaktion mit dem Menschen vollends virtuell wird, drängen sich Jean Baudrillards Überlegungen zur Simulation und Dissimulation, zur möglichen Dominanz des Fiktionalen über das Reale auf. Da die eigentlichen Eigenschaften dieser Produkte erst durch ihre Software entstehen, gewinnen die Lyotardschen Begriffe der Dematerialisation und der Immaterialisierung an Bedeutung. Material kann seiner Meinung nach unter heutigen Bedingungen nicht mehr als etwas angesehen werden, das sich wie ein Objekt einem Subjekt entgegensetzt. Das deutsche Wort Gegenstand besagt ja, dass uns etwas entgegensteht. Vilém Flusser formuliert: *„Gegenstand ist, was im Weg steht, dorthin geworfen wurde (lateinisch: ob-jectum, griechisch problema). Die Welt ist insoweit gegenständlich, objektiv, problematisch, insoweit sie hindert.“*

Soll die Produktsemantik, die ja zunächst alles erklären möchte, nun in der kulturellen Ära des Designs behindern? Dies ist nur scheinbar ein Widerspruch. Auf der Ebene des praktischen Gebrauchs ist ja jede Erleichterung willkommen. Im kulturellen Umgang mit den Produkten muss der Mensch sich jedoch einen Standpunkt bilden können, der die Konsequenzen seines (virtuellen) Tuns einbezieht. Um die Simulationskreisläufe zu durchbrechen, müssen der von uns selbst inszenierten allzu glatten Wahrnehmbarkeit der gestalteten Gegenstände wieder Hindernisse in den Weg gelegt werden, in Umkehrung von Baudrillards Worten: *„weil nichts mehr einen Sinn hat, muss alles reibungslos funktionieren“*. Die notwendigen Reibungen und Hindernisse müssen die kulturelle Aneignung der Produkte durch den Menschen betreffen, den Umgang mit ihnen, der ja wechselseitig stattfindet, im Gegensatz zum Gebrauch. Die Art und Weise dieses Umgangs mit den Gegenständen wird durch Bedeutungszusammenhänge gestaltet, die sie jenseits ihrer materiellen Existenz für den Menschen verkörpern, die aber durchaus an ihre materiellen, körperlichen Merkmale, an ihre Form gebunden sind.

Wie kann nun Form in diesem Sinne hindern, wie kann sie Widerstand leisten? Der größte Gegner des Widerstands ist wohl die Anpassung. Also muss Form anstößig sein, spröde, verwirrend, mehrdeutig, überraschend, rätselhaft, knifflig, verhüllt, eigenartig, eigensinnig, vielleicht sogar gefährlich. Die Anstößigkeit darf nicht vorgetäuscht oder als Gag wirken. Sie muss zu gedanklichen Konsequenzen führen, so wie man sich auf der materiellen Ebene an etwas Heißem die Fingern verbrennt oder bei Extremsportarten sein Leben riskiert. Die Schwierigkeiten beim Begreifen widerständiger Form kann Neugier wecken, eine menschliche Eigenschaft oder besser Fähigkeit, die von den allgegenwärtigen Medien schon fast völlig zugeschmiert worden ist. *„Wenn etwas anderes kommt, kennen wir die Spielregeln noch nicht, doch es kommt ein anderes Spiel“* schreibt Baudrillard. Die Lust am Entdecken und auch am Erlernen schwieriger Vorgänge führt zur Entwicklung gerade der höchsten menschlichen Fähigkeiten. Erst die jahrelange geistige und körperliche Beschäftigung mit der Geige ermöglicht es, auch zarteste Gefühle in das akustische Signal zu legen. Was wäre wohl Geigespielen, wenn das Instrument ausschließlich unter ergonomischen Gesichtspunkten optimiert würde!

Form muss also Anforderungen an den menschlichen Geist und somit auch indirekt an den Körper stellen, um Widerstand gegen die Aufhebung des notwendigen Gegensatzes zwischen Subjekt und Objekt leisten zu können. Denn ohne Objekte, also Gegenstände, an denen man anstoßen kann, kann das Subjekt sich selbst nicht definieren oder erkennen. Nun stößt man ja in der kulturellen Ära des Designs auf der semantischen Ebene an die Gegenstände. Form, die Widerstand leisten soll, muss also semantisch anstößig sein. Mit der Produktsemantik werden jedoch fast ausschließlich die praktisch-funktionalen Bedeutungen gestalterisch dargestellt. Handhabung und Gebrauch lassen sich ganz sinnvoll formal erläutern, sodass der Benutzer kaum noch Fehler machen kann. Dieses semantische Explikationsdesign steht auch im Mittelpunkt von Krippendorfs ‚Semantic Turn‘. Dabei liegt die ganz große Chance der Produktsemantik in der Gestaltung von Form, die auf der kulturellen Ebene operiert und dort auch Widerstand leisten kann. Damit die von Designern zu Produkten verdichtete Form Widerstand leisten kann, muss sie sich zu einer grundsätzlichen Anstößigkeit bekennen. Um zu deren tiefer liegenden Gründen vorzustoßen, muss Schicht um Schicht des gewachsenen Humus abgetragen werden. Man benötigt zwar Humus für die Fruchtbarkeit, aber man muss sich gelegentlich vergewissern, aus was er besteht und worauf er sich abgelagert hat. Wo in der wissenschaftlichen Ära die Semiotik eine Schlüsselrolle gespielt hat, wird hier eine anthropologische Betrachtungsweise sinnvoll. Mit ihr kann es gelingen, das geschichtlich entstandene Verhältnis zwischen Mensch und Artefakt zu analysieren und über semantische Strategien in

Gestaltungsprozesse einfließen zu lassen. Das widerständige Produkt wird also perfekt funktionieren und gleichzeitig die Möglichkeit eröffnen, es als Gegenüber zu empfinden, mit Eigenschaften, die aus der Sicht des Menschen Sinn machen.

An zwei Produkten, die bedeutende Designpreise erhalten haben, lässt sich der Unterschied zwischen semantischem Erklären und semantischem Widerstand beispielhaft verdeutlichen. Der einer Kanne metaphorisch nachempfundene ‚SENSEO‘ Kaffeeautomat von Philips neigt sich der Tasse zu, die den Kaffee aufnehmen soll. Mit einem Blick hat man die ganze Gestalt erfasst und die semantische Erläuterung verstanden. Die ‚ENA‘ Espresso-Maschine von Jura scheint eine einfache Kiste zu sein, in deren Inneren unsichtbar ein ausgeklügeltes mechatronisches System arbeitet und an deren Vorderseite Elemente erscheinen, die deutlich machen, was dort passiert. Dieser Gegenstand mit einem dem Benutzer zugewandten Äußeren und einem geschlossenen Inneren entspricht jedoch nur auf den ersten Blick unseren Sehgewohnheiten. Beim Umgang mit der Maschine empfindet man eine seltsame Störung. Die Kiste scheint nur eine Kiste zu sein, die gewohnheitsmäßig quaderförmig, also rechteckig ist. Sie ist in Wirklichkeit perspektivisch verzeichnet und leistet so der unbedachten Wahrnehmung Widerstand. Aus jedem Blickwinkel erscheint sie zunächst rechteckig, weil unsere Wahrnehmung die leicht abweichenden Winkel korrigiert. Man merkt trotzdem, dass etwas nicht stimmt, man stößt gegen den Gegenstand. Dies mobilisiert unsere Aufmerksamkeit und Neugier.



Wo bei der ‚SENSEO‘ alles klar zu sein scheint, beginnt man sich hier zu fragen, was wohl von der äußeren Gestalt umschlossen sein mag. Warum gerade die perspektivische Verzeichnung? Soll sie unseren Blick leiten? Führen uns vielleicht Hans Beltings bild-anthropologische Überlegungen in seinem ‚Florenz – Bagdad‘ Buch weiter, in dem er die Erfindung der Perspektive durch den Menschen der Renaissance aus den Wurzeln der arabischen Bildkultur schildert. Dann sind wir vielleicht bald beim Kaffeegenuss, den wir ja auch mit der arabischen Kultur verbinden...

Diese Gedanken und Assoziationen werden selbstverständlich bei jedem Menschen auf dem Hintergrund seiner jeweiligen Kultur sehr unterschiedlich laufen. Entscheidend ist, dass die widerständige Gestaltung Denkprozesse einleiten kann, die zu einer Auseinandersetzung mit dem Umgang mit dem künstlichen Gegenstand führen. Wenn man dann liest, dass Soldaten, die von ihren Basen in den USA aus Drohnen in Afghanistan bedienen, als besonders geeignet gelten, wenn sie als Jugendliche Ego-shooter Fans waren, erkennt man, dass semantischer Widerstand bei den Geräten, mit denen dergleichen geschieht, auch eine ethische Komponente haben kann.

Helga und Hans-Jürgen Lannoch

Januar 2011