

Didaktisches Forum
 Mai 2009

Werner Stehr

„Design für alle!“

Zur didaktischen Integration des Produktdesigns in den Kunstunterricht

Den in Anführungszeichen gesetzten Titel findet man als etwas übertriebene Forderung in den Schaugängen des blaugelben Möbelgiganten aus Schweden (Abb. 1). Mir stellte sich die Frage, ob sich dieser flotte Imperativ nicht als strategische Forderung auf die Kunstpädagogik übertragen ließe, zumal seit einigen Jahren der wichtige Inhalt „Design“ so stiefmütterlich behandelt wird. Umso mehr liefert dieses Manko einen Grund, aktualisierte Überlegungen vorzuschlagen, dafür werbend, erneut plausible Argumente zur Integration dieses angewandten Bereiches der Künste zu schärfen.

Nun ist IKEAs Reklamebotschaft nicht ohne Tiefgang, denn hinter ihr steht unausgesprochen eine Parodie auf Ludwig Erhard, den Nestor der Sozialen Marktwirtschaft, der anno 1957 sein bekanntes Credo vom „Wohlstand für alle“ in die Welt setzte (Erhard 1957). Und ist es nicht erstaunlich, dass 50 Jahre später aus dieser inzwischen gehörig lädierten Wirtschaftsideologie die geschrumpfte Lösung eines „Design für alle“ geboren wurde? So erscheint der Spruch wohl gewitzt im Reklamerummel, doch angesichts heutiger ‚prekärer‘ sozialer Verhältnisse kann die nette Überschrift eben nur eine trügerische Hoffnung auf ein besser ‚gestaltetes‘ Leben verbreiten. Die kunstpädagogischen Bemühungen sind da viel bescheidener, sie möchten das Thema lediglich in allen Alters- und Jahrgangsstufen berücksichtigt wissen.

Der gegenwärtige, inflationäre Gebrauch des schicken Anglizismus „Design“, der meist nur als Aufwertung irgendwelchen Artikeln angedichtet wird, hat mit den hier zu verhandelnden Lerninhalten des Produkt- oder Industriedesign nur marginal zu tun. Es ist besser, sich auf die zentralen Lernkomponenten zu konzentrieren, – wozu freilich die zerlegten Möbel von IKEA als Halbfertigprodukte samt Bauanleitung und Inbusschlüssel ebenfalls gehören können.

Design beeinflusst unseren Alltag

Im Produktdesign geht es heute nicht mehr darum, den Dingen lediglich eine attraktive Hülle zu verpassen, das war vorgestern. „Design konfiguriert heutzutage Mentalitäten und hat sich längst zu einer integrativen Disziplin gewandelt, deren Kompetenz darin besteht, kooperativ zu wirken. Designer agieren gerade nicht isoliert. Sie entfalten ihre Kreativität im Team, überzeugen Kunden, entwerfen und koordinieren Zusammenhänge und beeinflussen permanent unsere alltäglichen Handlungen.“ (Wagner 2008, S. 71) Ihr hochkomplexes Tätigkeitsfeld reicht sprichwörtlich vom ergonomischen Babyschnuller bis zum auffallenden Recyclingsarg aus Wellpappe. Design trägt erheblich zur Wirklichkeitskonstruktion jedes Einzelnen bei, und es begleitet uns ein Leben lang. Doch Schnuller und Erdmöbel bilden mehr die Ausnahme für eine Designlösung.

Vor allem sind es pädagogische Argumente, die dazu nötigen, die Komplexität des Bezugfeldes für die schulische Vermittlung zu straffen. Jede kundige Auseinandersetzung innerhalb dieses Zweiges der angewandten Künste fordert interdisziplinäres, mehrschichtiges Denken, das weit über die bloß ästhetische Gestaltung der Dinge hinausweist. Notwendiges bezugswissenschaftliches Wissen stellen Kunst- und Kulturgeschichte, Ökonomie, Modesoziologie, Ergonomie oder Psychologie zur Verfügung; Wissenschaften, die wiederum durch eigene Sprachsysteme gekennzeichnet sind. Für die Reflexion ist es austauschbar, ob es sich um Gebrauchsgegenstände, Präsentationsformen, Luxusgüter, innovative Problemlösungen oder in seiner praktischen Funktion nutzlose Staubfänger eines Interieurs handelt. Design fungiert als ein allgemeiner Oberbegriff, der sich sowohl auf den einzelnen Gegenstand wie die Situation beziehen kann, in dem sich das Objekt befindet.

Daneben überschneidet sich der in der Kunstpädagogik seit geraumer Zeit erörterte Begriff der „Produktkultur“ mit dem beschriebenen Verständnis von Produktdesign, denn er fokussiert ebenso das jeweilige Produktumfeld, also etwa Marketingstrategien, propagierte Moden, Zeichensysteme unterschiedlicher Sozialmilieus, symbolische Eigenschaften des „Lifestyle“ mit seinen distinktiven Funktionen, um die ‚feinen Unterschiede‘, wie sie Pierre Bourdieu beschrieben hat (Bourdieu 1982), im Gebrauch von Objekten sichtbar zu machen. Auch schließt die produktkulturelle Sicht die Gegenwarts- und Zukunftsbedeutung ökologischer Fragestellungen ein, wie die seit 1987 heftig diskutierte „Sustainability“ von Waren, also ihre Nachhaltigkeit, ihren Energieaufwand, ihr Recycling oder ihre Ökobilanz. Aus den gesetzlichen Auflagen zur Umweltverträglichkeit hat sich inzwischen eine eigene Forschungsrichtung entwickelt, die den „ecological footprint“ von Produkten in Parametern ihres Bodenverbrauchs darzustellen versucht.

Design als kunstpädagogische Wahlmöglichkeit

Dieses erweiterte soziokulturelle Verständnis von Massengütern mit ihren konstruktiven und ästhetischen Charakteristika scheint prädestiniert zu sein, den von den Bildungstheorien geforderten lebensweltlichen Bezug schulischen Lernens einzulösen. Mehrere Begründungen lassen sich ableiten:

Die erste geht von lerntheoretischen Überlegungen aus. Jeder Heranwachsende verfügt über Vorerfahrungen mit gestalteten Dingen, die für effektives Lernen von schlüsselartiger Bedeutung sind. Wir dürfen erfahrungsgemäß davon ausgehen, dass die zu gewinnenden Erkenntnisse für Schülerinnen und Schüler attraktiv sind, nicht zuletzt auch aufgrund der ausgeprägten Verwertungsinteressen und alternativen Möglichkeiten, die das haptische Designmaterial beim Betrachten, Begreifen, Ausprobieren oder im Rahmen handwerklich-praktischer Aufgabenstellungen bereitstellt. Solche methodischen Vorzüge und im individuellen Kontext ‚brauchbare‘ Ergebnisse in dieser Form gibt es allein im Kunstunterricht (Abb. 2).

Eine zweite Begründung bezieht sich auf den alltäglichen Konsum und Umgang mit Produktdesign sowie die daran gekoppelte bildungspolitische Forderung nach ökonomischen und ökologischen Kompetenzen. Nicht zuletzt deshalb besteht weiterhin das aufgeklärte Ideal eines vernunftgeleiteten homo oeconomicus als Grundprinzip demokratischer Bildungsansprüche: Mit ungefähr 25 Milliarden Euro Gesamtkaufkraft bil-

den Kinder und Jugendliche eine der interessantesten Käuferschichten für Warenproduzenten. Es gilt, neben dem zu erwerbenden Sachverstand im Umgang mit Designobjekten – dabei fern jeder moralisierenden Weltsicht –, zugleich jene innere Haltung zu fördern, die eine affektkritische Distanz als Verhaltensdisposition gegenüber Gebrauchsdingen ermöglicht.

Produktdesign im Spannungsfeld von Interessen

Designthemen offenbaren in der weiteren Argumentation das Spannungsfeld zwischen Kultur und Wirtschaft. Erzieher sollten sich aber hüten, Kindern und Jugendlichen ihre subjektiv und emotional besetzten Objektbeziehungen zu vermiesen. Hingegen geht es auch um austarierte Gegengewichte oder um ein Abwägen von Argumenten zur Klärung von Sachverhalten, die sich am Designobjekt, ihren Labels, aber auch an Wünschen und Vorstellungen der Heranwachsenden, festmachen lassen. „Für einen Großteil der Bevölkerung und damit der kaufenden Jugendlichen [ist] die Ästhetik der Produkte [...] ein ganz entscheidendes Kriterium – und genau dies wird von der Industrie als Unterscheidungskriterium bei sehr ähnlicher technischer Funktion auch eingesetzt.“ (Kirschenmann 2008, S. 40) Bedürfnisse und Konsumverhalten sind jedoch eine „prinzipiell offene Größe“, und welche unparteiische Instanz kann angesichts der Wucht verführerender Bilder und ihrer Interessen überhaupt noch beeinflussen, was wirklich sinnvoll, überflüssig oder gar gesamtwirtschaftlich schädlich ist?

Gütekriterien des Designs bestimmen

Kann es in der Designwelt, in diesem Ozean aus Warenangeboten, so etwas wie „gutes Design“ überhaupt geben? Oder spüren wir nur eine Scheu, uns in Geschmacksurteilen zu verfransen, so wie es eine ‚Erziehung zur Guten Form‘ mit ihren Musterkoffern bis in die 1960er Jahre hinein noch im Sinne hatte? Sicher, uns geht es ja wohl nicht um die hübsche Hülle, in der irgendein Schrott steckt, sondern um Gebrauchsgegenstände, die ihre Funktion möglichst optimal erfüllen sollen.

Ein möglicher Lerninhalt bezöge sich infolgedessen auf die Meilensteine im Prozess industrieller Formgebung, so wie sie in der Kulturgeschichte bis in die heutige Zeit dokumentiert sind (Abb. 3). Wer vermag die Vorzüge eines Wiener Kaffeehaus-Stuhles 214 von Michael Thonet (1895) oder Arne Jacobsens millionenfachen Bestseller „Chair 3107“ in ihrer ästhetischen Qualität und Funktionstüchtigkeit in Frage zu stellen?

Natürlich sind historische Designobjekte nie frei von verborgenen Gestaltungsauffassungen, dennoch überzeugen qualitative Eigenschaften in der Alltagsnutzung. Es ist vermutlich kein Zufall, dass der seit 2001 von Jonathan Ive entworfene iPod in verblüffender Weise vom Braun-Design der späten 1950er Jahre inspiriert ist (Abb 4). Es handelt sich dabei indessen um viel mehr als nur um ein modisches Revival, denn trotz kolossaler technologischer Neuerungen wird aufgrund unserer physiologischen und mentalen Gegebenheiten auf ein geordnetes Design zurückgegriffen. Das heißt eben auch, ein Stuhl zum entlastenden Sitzen lässt sich zwar enorm variieren, doch die Art und Weise seines Gebrauchs überdauerte die Zeiten. Beispiele seiner abenteuerlichen Geschichte zeigen überzeitlich funktionstüchtige Aspekte, die sich bis heute resistent gegen alle Moden behaupten konnten, aber auch originelle oder ergonomisch perfekt durchdachte, wie sie in den berühmten Designmuseen von VITRA (Vitra Design-Museum, Weil am Rhein) bis zur New Yorker Designsammlung des Museum of Modern Art zu finden sind.

Aus dieser Perspektive bezieht sich die Auseinandersetzung mit Produktdesign zugleich auf das kollektive kulturelle Erbe und bildet damit ein unverzichtbares Grundelement allgemeiner Bildung. „Bildungswissen setzt die Kenntnis des Gewordenseins voraus. Nur vor dem Hintergrund eines historischen Wissens können grundlegende Bewegungstendenzen erkannt und aktuelle Ereignisse fundiert beurteilt werden. [...] Es ermutigt dazu, Entwicklungen nicht als unvermeidbar hinzunehmen und statt dessen ihre Gestaltung immer wieder neu zu versuchen.“ (Rolff 1989, S. 20)

Durch eine vergleichende Untersuchung von Gestaltungsauffassungen lassen sich die jeweiligen Aufgaben der Objekte, wie funktionale, ästhetische, symbolische, kommunikative etc., herauspräparieren. Sie bilden ein Referenzsystem, keine Schablonen, und sind eher eine Vermittlungsplattform für die Lernenden, mit deren Hilfe sie eigene Ideen oder kreative Entwürfe im Rahmen konkreter Gestaltungsaufgaben entwickeln können. Schülerinnen und Schülern sollte immer Gelegenheit gegeben werden, ihre Entdeckerlust zu wecken, praktische Erfahrungen im Entwerfen und handwerklichen Produzieren selbst zu ge-

winnen (Abb. 5). Die dabei erworbenen Kompetenzen im Umgang mit unterschiedlichen Materialien, Verfahren und Geräten können auch zur „Wert-Schätzung“ fremder oder selbst fabrizierter Objekte führen: Ist nämlich der meist hürdenreiche Planungs- und Herstellungsprozess bekannt, wird u. U. Respekt vor dem erbrachten Ergebnis erzeugt, soziale Sichtweisen können sich anbahnen. Wert-Schätzung auf der Grundlage eines Austausches sachlicher Argumente kann dabei generell helfen, eine tragfähige eigene Auffassung gegenüber den gestalteten Einzeldingen zu entwickeln.

Literatur

- Bering, Kunibert et al (Hg.): Kultur-Kompetenz. Oberhausen 2003
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a.M. 1982
- Bürdek, Bernhard E.: Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. Basel 2005
- Erhard, Ludwig: Wohlstand für alle. Düsseldorf 1957
- Kirschenmann, Johannes: Warenästhetik revisited. Kunstunterricht zwischen Kultobjekten und Kulturpolizei. In: BDK INFO (Bayern) 11/2008, S. 36-45
- Rolff, Hans-Günter: Schule und gesellschaftlicher Wandel. In: Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. B 27/89 v. 30. Juni 1989, S. 14 ff.
- Wagner, Thomas: Kann Design die Welt verändern? In: art, Das Kunstmagazin Nr. 6, 2008, S. 71



Abb. 1) Schnappschuss aus dem Möbelhaus



Abb. 2) Problemlösung „Stützen statt stapeln“, Jg. 12/II (Lichtenberg Schule, Kassel)



Abb. 3) Bottich-Waschmaschine mit Mangel, 1940er Jahre (Miele)



Abb. 4) Musikplayer iPod von Apple, Design Jonathan Ive (2004)

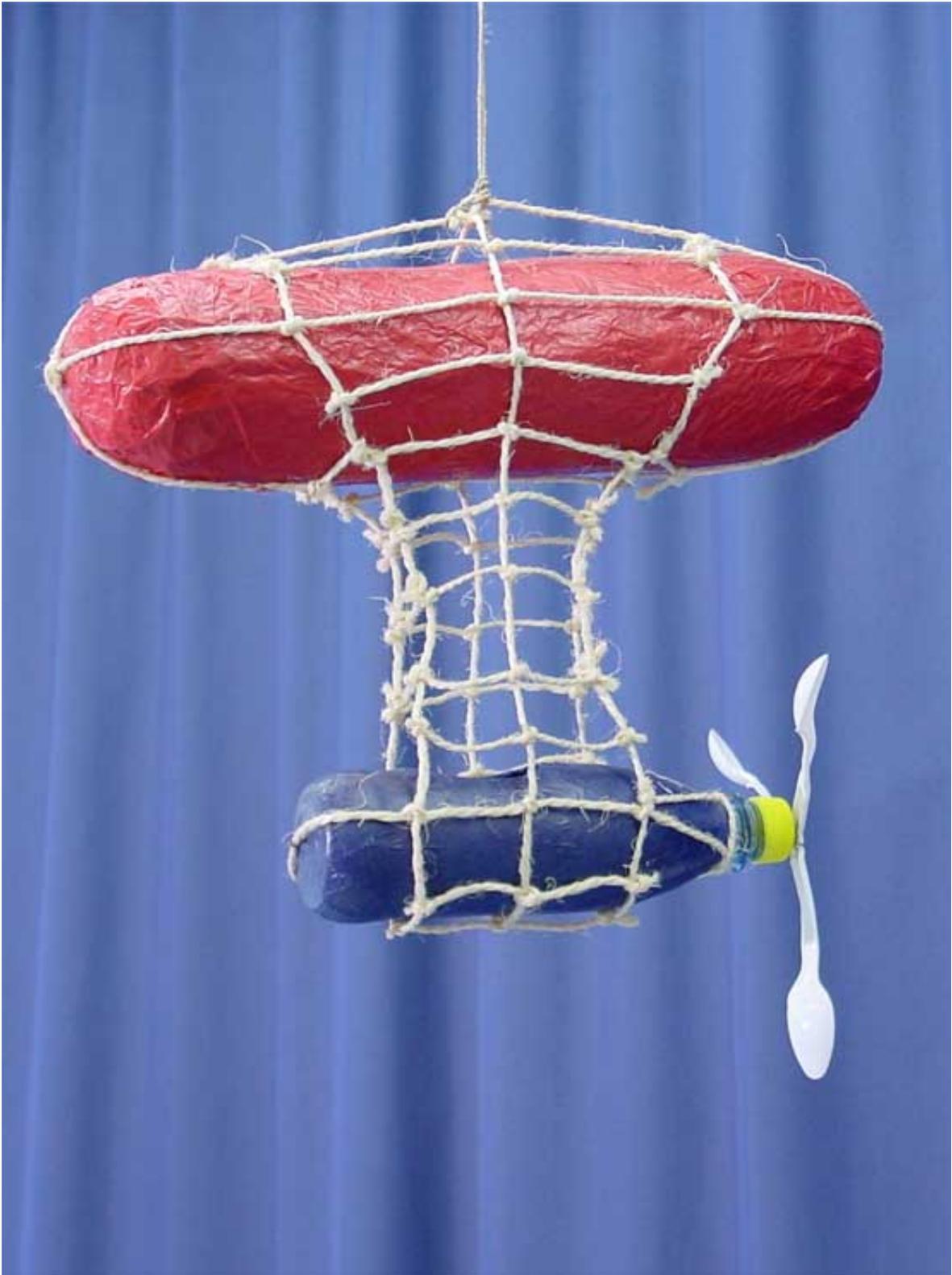


Abb. 5) Projekt „Flugobjekte“; Arbeit einer Schülerin, Kl. 6 (Lichtenberg Schule, Kassel)