



Jörg Petruschat  
**Nach dem Goldrausch**

Einige Bemerkungen zur Wirksamkeit von Produktdesign beim Umbau von Lebensstilen

Die Botschaft dieses Textes lautet: Designer können zentrale Akteure sein, wenn es darum geht, von Lebensstilen frei zu kommen, die den Planeten ausbeuten. Die Logik dahinter: Bestimmte Lebensstile fungieren als Treiber des stetigen, exponentiellen Wachstums. Gelänge es, Lebensstile von exponentiell wachsendem Verbrauch auf Suffizienz umzustellen, wäre ein zentraler Wachstumstreiber paralysiert und der Übergang in eine Art von Steady-State-Economy begünstigt.

Besitzen Designer die Macht, und das heißt die Möglichkeit und Kompetenz, Lebensstile derart zu reformulieren?

Was können Designer eigentlich?

Der Beruf kommt in der italienischen Renaissance in Umlauf und zu Reputation. Dort bezeichnete der "disegno" die Zeichnung, und, weil es auch Bilder im Kopf gibt, "innere Zeichnungen", Vorstellungsbilder. Designer sind Meister der Vorstellungskraft und der dinglichen Performance. Sie führen auf den Bühnen ihrer Zeichenflächen Vorstellungen von Dingen oder Zuständen auf, die Realität werden sollen. Dabei arbeiten sie einerseits nach Vorbildern, die sie beobachtet haben: Ruinen und Reste der römisch-republikanischen Kultur, die den um Autonomie bemühten Aristokraten und Bürgern der aufstrebenden Handelsstädte Kostüm und Staffage eigener demokratischer Anstrengungen lieferten - Carole Cable hat dafür die Formulierung "From Documentation To Design" eingesetzt.<sup>1</sup> Sie beschreibt damit eine Entwicklung von Fertigkeiten, die von der dokumentierenden Aufnahme antiker, vor allem ornamentaler Formen hin zum Design führt.

Andererseits ist das Design eine durchaus erfinderische und entwerfende Tätigkeit mit eigenen poetischen Anteilen, die von der freien Variation in der Ornamentik bis zur Erfindung technischer Arrangements reicht.

Ich möchte hier zwei Gründe anführen, warum das Zeichnen zu einem Beruf und damit historisch notwendig wurde.

In der Renaissance trafen Aristokraten und Bürger, die unternehmerisch und selbstbestimmt leben wollten und damit anders, als es in mittelalterlichen Ständeordnungen gefügt war, auf Handwerker, die unfähig waren, die dazu passenden Produkte zu liefern. Das Unverständnis betraf die Form, in der Produkte gestaltet werden sollten und damit die Formen des Lebensstils. Die Handwerker wussten nur zu fertigen in den Tricks und Kniffen der Tradition. Was sie nicht konnten, das war die Ausführung von Produkten in einem Modus, der von ihren Traditionen abwich oder sie konterkarierte. Wer Formen wollte jenseits der alten Ordnung, Formen, die eine Identität mit neuen republikanischen oder irgendwie sonst städtisch-demokratischen Ordnungen förderten, war angewiesen auf Personen, die konzeptionell denken konnten und in der Lage waren, die handwerkliche Produktion formal anzusteuern.

Die Zeichner wurden nötig, um Verknöcherungen im handwerklichen Produktionsgeschehen aufzubrechen und den Herstellern die formalen Modi der wiedererweckten Kultur in den Horizont ihrer gegenwärtigen handwerklichen Produktion zu übersetzen. Daher der Begriff der Moderne. Die Zeichner verfügten über das kulturelle Kapital, von den Formen verschiedener Kulturen intime Kenntnis zu besitzen, dieses Wissen in Zeichnungen ausarbeiten und einem konzeptionell unfähigen Handwerk als Vorschrift und Programm vorlegen zu können.

---

<sup>1</sup> Cable, Carole Kay Law-Gag: From Documentation to Design. Trends in Architectural Representation During the Italian Renaissance; Ann Arbor 1983

Zur Seite der Auftraggeber hin fungierten die Zeichner als eine Art Lebensstilberater. Die Gesprächsgrundlage zwischen Auftraggeber und Zeichner kann in etwa in folgender Frage abgebildet werden: In welchen Formen möchtest Du Dich künftig darstellen und um Reputation und Anerkennung werben?

Ich möchte aber noch auf einen zweiten Grund hinweisen, aus dem heraus der Beruf von Zeichnern notwendig wurde: Die Anfertigung von Objekten, insbesondere von wertvollen Objekten wie Gesimse an Häusern, Vasen, Geschmeide, Pokale, Möbel, aber auch Skulpturen aus kostbaren Materialien, erforderte vorab oft erhebliche Investitionen in Rohstoffe und Zulieferungen, die in ihrem Umfang die finanziellen Möglichkeiten der Handwerker überschritten.

Zeichnungen lieferten den Auftraggebern und Käufern wie den Handwerkern eine verbindliche und anschauliche Vorlage, wie das Objekt denn aussehen wird, dessen Herstellung vorfinanziert werden sollte. Auch in diesem zweiten Fall fungierten die Zeichnungen als eine virtuelle Realität, auf deren Basis Aushandlungen zur Zukunft von Investitionen aufsetzen und damit zu Inhalten und Formen der anschließenden Produktion.

Zeichnungen, die das dreidimensionale Resultat vorab als zweidimensionales Bild lieferten, gaben den Kunden eine zumindest visuelle Vorstellung und Garantie für ihre Investitionen in das Projekt und ermöglichten damit den Handwerkern die Ausführung des Auftrages durch finanziellen Vorschuss. Deshalb ist es in meinen Augen sinnvoll, im Design einen Vorschlag zu sehen zu den erreichbaren Formen von Zukunft und nicht gleich diese Zukunft selbst.

Aber hier ist noch ein weiteres, fast paradox erscheinendes Moment bemerkenswert: das Design thematisiert mit dem Objekt nicht das Objekt. Denn dass es Objekte gibt, hat seinen Grund in den Verhaltensweisen, die der Objekte bedürfen, um erfolgreich zu sein: Leitern helfen uns nach oben, Busse zur Bahn, Löffel zu himmlischen Genüssen, Pokale zu sozialer Anerkennung und Reputation. Alle Objekte, die Menschen machen, dienen und generieren Verhaltensweisen. Sie verkörpern Programme für das Verhalten und es ist an den Benutzern dieser Objekte, deren Programme zu befolgen, zu variieren, auszuspielen oder abzulehnen. Am tiefsten Grund der Objekte liegen die Verhaltensfiguren, die sie veranlasst und zu ihnen geführt haben. Am tiefsten Grunde sind Objekte also mutual - sie vermitteln die Gegenseitigkeit menschlichen Verhaltens.

Es sind die Formen der Objekte, die uns alltäglich Choreografien vorschreiben. Wir tanzen mit unseren Zahnbürsten zwar auf eine je sehr eigene und intime Weise, aber länglicher Stab und Borsten auf einem rundlichen Plateau machen uns unmittelbar klar, wozu das Ding geeignet ist, welche Seite in die Hand und welche Teile in den Mund gehören. Formen ermöglichen, evozieren und prägen das Verhalten jedoch nicht nur in diesem direkten ergonomischen Sinne. Die Entscheidung zu einem bestimmten Materialeinsatz bestätigt oder provoziert Vorstellungen vom Wert, der den Tätigkeiten beigemessen wird, zu denen das Objekt auffordert. Wir erkennen an der Form, ob das Ding hunderttausendfach aus einer Form fällt, ob es an Bändern händisch oder maschinell montiert und wie viel Sorgfalt überhaupt zu seiner Entstehung aufgewandt wurde. Die Dinge sprechen nicht nur von den Akten der Konsumtion. Sie sind Zeichen des Aufwandes, der für die Konsumtion betrieben wird. Diese Prägekraft der Form auf die Verhaltensweisen steht mindestens ebenso prominent an der Quelle des Designs wie die weiter oben beschriebene Notwendigkeit, über den Zweck von Investitionen Einigkeit zu erzeugen und die Not, über kulturelle Alternativen weder etwas zu wissen, noch sie der Produktion voranstellen zu können.

Industriekapitalistische Entwicklungen brachten die Designer in eine politisch gespannte Lage. Ihre Existenz und ihre Arbeitsinhalte wurden vollständig vom Verkaufserfolg massenproduzierter Güter abhängig. Das illusioniert ihnen einerseits Omnipräsenz. Beobachter sprechen mittlerweile vom »Totalen Design«.<sup>2</sup> Tatsächlich sind Designer für die Formen gegenwärtiger Lebenswelten nur mit verantwortlich. Denn ihre Aufgabe besteht darin, den Widerstand der Kunden am Point of Sale zu überwinden und das Risiko bei der Realisierung von Kapital zu mindern: Sie rüsten die Produkte ästhetisch und semantisch auf mit Erlebniswerten, Kompetenzversprechen, Statusfunktionen, die entweder modisch oder technisch mit dem Virus des Verfalls infiziert sind.

In der Vielfalt des Designs hat es aber auch immer Bestrebungen gegeben, Wirtschaft und Technik in soziale und kulturelle Verpflichtung zu nehmen. Ein guter Teil der Avantgarde in den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts war nicht bloß technikgläubig, sondern hat es sich zur Aufgabe gemacht, technische Errungenschaften daraufhin zu evaluieren, ob und wie sie geeignet sind, Armut zu lindern und gesellschaftliche Exklusion zu überwinden. Die Tendenz der Serienproduktion, Verhalten demokratisch zu vergesellschaften, wurde von diesen Avantgardisten nicht zur Manipulation, sondern zur Emanzipation von den Entwürdigungen kapitalistischer Produktion genutzt. Dazu entwickelten sie Gestaltungskonzeptionen, in denen der souveräne und eher spielerische Umgang mit den Dingen gefördert wurde, anstatt die Nutzer Stilprogrammen zu unterwerfen und die Persönlichkeit über den Besitz an Dingen zu definieren. Das Ideal dieser Konzeptionen ist ein von stauender Gegenständlichkeit entlasteter Raum, der frei gehalten ist für die Entwicklung der Persönlichkeit.<sup>3</sup> Die Vorstellungen von Reichtum sind hier habitueller Art, sie zielen auf ein freies, gelöstes Verhalten zu den Dingen, nicht auf ihren anwachsenden Besitz.

Einige Designer halten sich bis heute gegen das Shark-Business frei, indem sie zwei Strategien verfolgen: Sie entwickeln Gestaltungskonzeptionen für Langlebigkeit und dauerhafte Wertschätzung, für Produkte also, die reparaturfähig sind und für lange Zeiträume passungsfähig, weil sie in Strukturen langfristiger, mittelfristiger, kurzfristiger Nutzung unterteilt sind und Einblicke und Eingriffsmöglichkeiten in die Funktionszusammenhänge ihrer Teile und des Ganzen gewähren. Die zweite Strategie beginnt mit einer Kritik des Gesamtszenarios heutiger Lebensweisen und führt zu einer Auswahl jener Produkte, die es wert sind überarbeitet und revidiert zu werden aus zwei Gründen - erstens: ihre Gebrauchswerte sind für eine Produktkultur der Nachhaltigkeit unverzichtbar - das heißt, die Designer führen den Diskurs über die Unverzichtbarkeit von Produkten vor dem Hintergrund von Kriterien globaler Gerechtigkeit (20 qm Wohnfläche, 2000-Watt-Gesellschaft); zweitens: die gegenwärtige stoffliche ebenso wie die symbolische Form der Produkte sind einer Kultur der Suffizienz kontraproduktiv und abträglich. Die Fragen dabei lauten: Was an Produkten wird für einen nachhaltigen Lebensstil gebraucht? Und: Was an den Produkten ist exklusiv, nur sozialer Status und bloß symbolisch zur Sicherung sozialer Distinktion? Was an den Produkten ist - nach heutigem Wissensstand - insuffizient in ganzheitlichem Kontext? Kann die Verblendung des Ressourcenverbrauchs durch oberflächliche Effekte aufgehoben und ein ressourcenbewusstes Verhalten ästhetisch, im sinnlichen Erleben, unterstützt und evoziert werden?

Für den Umstieg in eine Produktkultur jenseits des Wachstums werden Schlüsselobjekte benötigt, die die neuen Lebensstile aufschließen. Denn

<sup>2</sup> vgl. Mateo Kries: Wollt Ihr das totale Design? Die Herrschaft der Designer droht zur Diktatur zu werden: Neben Kleidern, Autos und Möbeln entwerfen sie längst unser Leben von morgen. Plädoyer für eine neue, kritische Designtheorie; in: Die Welt, 14.04.2010

<sup>3</sup> vgl. Lothar Kühne: Gegenstand und Raum, Dresden 1981, insbes. S. 262, 263

diese Lebensstile werden sequentiell, über mehrere Produktgenerationen und in verschiedenen Produktsegmenten asynchron ausgebildet. Schlüsselobjekte sind Objekte, die ein Verhalten initiieren, das andere Verhaltensformen nach sich zieht. Demonstrativer Konsum findet nicht nur anderen gegenüber statt. Auch mir selbst gegenüber kann ich beweisen, wie weit mir der Ausstieg aus einer verschleißorientierten Lebensführung gelungen ist. Dafür braucht es Produkte, die den Anker bilden, die mein (das) Verhalten verankern. Diese Anker können Brückenköpfe sein, nachhaltige Verhaltensweisen über den gesamten Lebenskreis auszuweiten. Für viele ist beispielsweise die Aneignung eines Laptops die Aneignung eines Lebensstils, in dem Arbeit und Freizeit ineinander verschränkt werden. Das mag man negativ empfinden und unter den Bedingungen heutiger Existenzsicherung tatsächlich zu Burnouts führen. Aber die Erfahrung eines solchen Ineinanderlaufens der Sphären von Arbeit, die Ressourcen verbraucht, und Erholung, die Ressourcen verbraucht, um verbrauchte Ressourcen wieder herzustellen, das sinnliche Begreifen von reproduktiven Zusammenhängen und Kreisläufen kann die Abwendung von bloßem Verschleiß und die Hinwendung zu nachhaltigen Lebensstilen stärken. Ist es nicht gerade die Entfremdung vom Erlebnis einer gegenseitigen Produktivität, die den Konsum von Dingen zum Ersatz menschlicher Zuwendung macht? Die Reduktion des Begriffs Lebensstil auf Konsumstil macht blind für das reproduktive Ganze der Lebenszusammenhänge und verfehlt damit gerade die Dimension ihrer Nachhaltigkeit.

Design externalisiert Vorstellungen, wie es gehen könnte und eröffnet damit die Debatte. So gibt es von Design-Studierenden den Vorschlag, mit einer Box voller Mikroorganismen und Kompostwürmer die Abfallbeseitigung schon in der Küche beginnen zu lassen.<sup>4</sup> Die Gemüseabfälle landen in einer Kiste unter dem Küchentisch, die so gestaltet wurde, dass sie an so ziemlich jeden Tisch gehängt werden kann. Der Humus kann dann in Pflanzkästen für Kräuter und Paprika eingebracht werden, die in jedes Regal passen. So werden auf der Ebene des Küchenhaushaltes Kreisläufe geschlossen. Vermutlich ist diese Lösung für den individuellen Haushalt eher schwerfällig. Gleichwohl ist die Projektion dieses Prototyps ein weiterer Schritt, im urbanen Feld geschlossene Kreisläufe zu thematisieren. Hier wirkt das Design zunächst nur auf der Ebene eines sinnlich mitvollziehbaren Vorschlages.

Ästhetisches hat nicht nur die Tendenz zur Verblendung. Die geheime Wirksamkeit ästhetischer Vermögen liegt darin, Verhaltensfiguren aus einem Bereich der Erfahrung in anderen Bereichen wirksam werden zu lassen.<sup>5</sup>

Auch hierfür ein Beispiel. 2011 haben sich vier Londoner Studierende gefragt, wie der weltweit steigende Kalorienbedarf in etwa 30 Jahren gelöst werden könnte. Ihre Antwort: »The Art Of Eating Insects«<sup>6</sup>. Grashüpfer setzen Futter neunmal effektiver in Gewicht um als Vieh, und das methanfrei. Viele Kulturen haben Insekten traditionell auf dem Speiseplan. Kann diese Esskultur globalisiert und die kulturelle Abneigung gegen sie überwunden werden? Das ist ein klassisches Designproblem. Die Studierenden nutzten bei ihren Lösungen die Entfremdung, die den Europäern seit zweihundert Jahren von der Produktion tierischer Lebensmittel eingeübt worden ist, präsentierten das ungewohnte Lebensmittel in abstrakten kubischen Formen, nicht ohne europäischen Geschmacksgewohnheiten entgegen zu kommen. An diesem Projekt ist

<sup>4</sup> Der Entwurf stammt von Charlotte Dieckmann und Nils Ferber; vgl. <http://charlottedieckmann.de/parasite-farm/> (zuletzt am 12.02.2013)

<sup>5</sup> Ich nenne das transsemantische Zustände. vgl. Jörg Petruschat: Transsemantische Zustände; cc-Download unter: [http://www.petruschat.dlab-dd.de/Petruschat/Transsemantische\\_Zustande.html](http://www.petruschat.dlab-dd.de/Petruschat/Transsemantische_Zustande.html)

<sup>6</sup> Der Entwurf stammt von Aran Dasan, Jacky Chung, Julene Aguirre-Bielschowsky und Jonathan Fraser; siehe [http://www.core77.com/blog/case\\_study/case\\_study\\_onto\\_the\\_art\\_of\\_eating\\_insects\\_21841.asp](http://www.core77.com/blog/case_study/case_study_onto_the_art_of_eating_insects_21841.asp) (zuletzt am 12.02.2013)

vieles ermutigend, weil es zeigt, dass Kompetenzen, die im Konsumismus eingesetzt wurden, um die Nutzer zu inkompetenten Verbrauchern zu degradieren, auch in die Gegenrichtung entfaltet werden können.

Die Stärke (und Schwäche) des Produktdesigns im Zuge bevorstehender Regulationen im Ressourcenverbrauch und gegenüber immer wieder ermüdenden moralischen Appellen in Informationsmedien besteht darin: Produkte sind Lebensbedingungen, die man nicht abschalten kann. Sie sind auf sehr direkte, unmittelbare Weise zuhanden. Designer können, hieß es unlängst, den Ressourceneinsatz eines Produktes bis zu 80 Prozent mitbestimmen.<sup>7</sup> Im Unterschied zu Appellen, die bestenfalls neue Wertvorstellungen verankern, liefern gestaltete Produkte die Verhaltensdispositive für die Nachhaltigkeit gleich mit. Designer sind, nach soziologischer Nomenklatur, Angehörige der Deutungselite. Wenn sie auf der Höhe der Zeit sind, dann experimentieren und verkörpern sie in ihrem eigenen Leben Verhaltensmuster, die sie in die Gestalt von Objekten, Prozessen, Umgebungen ausarbeiten.

Design ist allerdings nicht selbst die Veränderung, sondern nur ihr Vorschein. Seine Realisierung erzwingt die Debatte und zu seiner Realisierung braucht es Kooperation.

---

<sup>7</sup> <http://www.bundespreis-ecodesign.de> (zuletzt am 12.02.2013)