

Suhrkamp Verlag

Leseprobe



Feige, Daniel Martin
Design

Eine philosophische Analyse

© Suhrkamp Verlag
suhrkamp taschenbuch wissenschaft 2235
978-3-518-29835-0

suhrkamp taschenbuch
wissenschaft 2235

Ob Möbel, Plakate, Webseiten, Kleidung, Piktogramme, Autos oder städtische Räume: Design ist omnipräsent. Nur in der Philosophie hat es bislang so gut wie keine Beachtung gefunden. Daniel Martin Feige schließt diese Lücke, indem er eine Explikation von Grundbegriffen präsentiert, die mit dem Design verbunden sind, und Design als eine ästhetische Praxis eigenen Rechts ausweist. In der Praxis des Designs, so seine These, wird das Funktionieren selbst ästhetisch. Das Buch ist sowohl ein Beitrag zu einer Philosophie des Designs als auch eine Einführung in das philosophische Denken für Designerinnen sowie Designinteressierte.

Daniel Martin Feige ist Juniorprofessor für Philosophie und Ästhetik unter besonderer Berücksichtigung des Designs an der Staatlichen Akademie der bildenden Künste Stuttgart. Zuletzt erschienen: *Philosophie des Jazz* (stw 2096) und *Computerspiele. Eine Ästhetik* (stw 2160).

Daniel Martin Feige
Design

Eine philosophische Analyse

Suhrkamp

Für Gesa

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Erste Auflage 2018

suhrkamp taschenbuch wissenschaft 2235

© Suhrkamp Verlag Berlin 2018

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages
reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlag nach Entwürfen

von Willy Fleckhaus und Rolf Staudt

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim

Printed in Germany

ISBN 978-3-518-29835-0

Inhalt

Danksagung	7
Einleitung	
Ein philosophischer Blick auf das Design	9
<i>Kapitel 1</i>	
Begriff des Designs	22
1.1 Die Unhintergebarkeit von Begriffen	23
1.2 Logiken des Begrifflichen	30
<i>Kapitel 2</i>	
Geschichtlichkeit des Designs	41
2.1 Geschichte als dialektischer Prozess	43
2.2 Die Unbestimmtheit von Design	54
<i>Kapitel 3</i>	
Anthropologie des Designs	64
3.1 Hat der Mensch eine Natur?	65
3.2 Zu einer Praxeologie des Designs	78
<i>Kapitel 4</i>	
Ästhetik des Designs	86
4.1 Praxisformen des Ästhetischen	90
4.2 Natur, Kunst und Design	113
<i>Kapitel 5</i>	
Handlungstheorie des Designs	144
5.1 Das Innere ist das Äußere	146
5.2 Zur Logik des Entwerfens und Gestaltens	155
<i>Kapitel 6</i>	
Symboltheorie des Designs	163
6.1 Denotation und Exemplifikation	166
6.2 Die Entgrenzung expressiver Qualitäten von Designgegenständen	175

Kapitel 7

Ontologie des Designs	183
7.1 Unreine Verkörperungen	184
7.2 Design als ontologische Kategorie	196

Kapitel 8

Kritik des Designs	203
8.1 Waffen und Werbung	205
8.2 Emanzipatorisches Design?	212
8.3 Coda: Social Design	218

Literaturverzeichnis	221
Namenregister	237

Danksagung

Das vorliegende Buch hätte ohne eine Vielzahl von Anregungen und Einwänden durch Kolleginnen und Kollegen nicht die Gestalt angenommen, die es jetzt hat. In seinem Zugang zur Fragestellung ist es Ausdruck meiner wissenschaftlichen Laufbahn in der Philosophie, die mit den entsprechenden Instituten der Freien Universität Berlin, der Goethe-Universität Frankfurt am Main sowie der Justus-Liebig-Universität Gießen verbunden ist. In seiner Fragestellung wie Schwerpunktsetzung allerdings spiegelt es meine Tätigkeit in der Fachgruppe Design an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste in Stuttgart wider. Die Anregungen durch meine Kollegen und Kolleginnen sowie der Studierenden in meinen Vorlesungen und Seminaren dort verdienen, besonders hervorgehoben zu werden. Für intensive Kommentare zu einzelnen Kapiteln oder zum Manuskript als Ganzem danke ich ganz herzlich Uli Cluss, Hans-Georg Pospischil, Gerwin Schmidt, Stefanie Schwarz und Marcus Wichmann. Das Manuskript hat darüber hinaus von den intensiven Diskussionen profitiert, die sich seit Beginn meiner Tätigkeit in Stuttgart zu verschiedenen Anlässen immer wieder mit Uwe Fischer, Susanne Hoffmann, Karl Höing, Fahim Mohammadi, Bastian Müller, Alfred Seiland, Dorothee Silbermann und Patrick Thomas zu den Themen dieses Buches entzündet haben. Ebenfalls habe ich von dem Austausch profitiert, der sich an der Akademie mit meinen Kollegen Nils Büttner, Felix Ensslin, Sokratis Georgiadis und Hans-Dieter Huber zu verschiedenen Anlässen ergeben hat. Was den theoretischen Zugang angeht, verdankt sich unschätzbar vieles in diesem Buch den langjährigen Diskussionen, die mich mit meinen philosophischen Lehrern Martin Seel und Georg W. Bertram verbindet. Das Manuskript ist als Teil einer Habilitationsleistung im Fachbereich Philosophie an der Freien Universität Berlin angenommen worden. Neben den genannten Personen danke ich Juliane Rebentisch ganz herzlich für das Gutachten und die dort formulierten Anregungen. Dank gilt auch Johannes Lang, der Teile einer frühen Fassung des Manuskripts kritisch kommentiert hat. Jasmina Begovic und Simon Haßler danke ich für Kommentare sowie für die Unterstützung bei der Erstellung des Manuskripts.

Dem Suhrkamp Verlag, und hier vor allem Philipp Hölzing, danke ich für das Vertrauen in das Projekt sowie viele hilfreiche Anmerkungen. Schließlich gilt Gesa, Jakob und Helene Dank dafür, dass sie mein intensives Schreiben einmal mehr ertragen haben.

Einleitung

Ein philosophischer Blick auf das Design

Kaum ein Gebrauchsgegenstand des Alltags ist heute ohne Designentscheidungen denkbar. Ob es die Möbel sind, auf denen wir sitzen, oder die technischen Geräte, die wir benutzen: Spätestens seit dem 20. Jahrhundert ist Design eine der wesentlichen Formen, im Rahmen deren Menschen ihre Welt erschließen und zugleich gestalten. Sie erschließen ihre Welt im Rahmen des Gebrauchs von Gegenständen des Designs,¹ da solche Gegenstände auf unsere Praxis bezogen sind. Zugleich formen Menschen ihre Welt durch entsprechende Gegenstände, insofern diese ihrer Praxis allererst eine bestimmte Kontur geben. Denn es macht einen Unterschied, ob ich mit einem industriell hergestellten Füllfederhalter schreibe oder auf einem Tablet. Damit ist der Grundgedanke des vorliegenden Buchs benannt: Design ist eine *ästhetische Form der praktischen Welterschließung*. Als Welterschließung gibt Design der Welt ein spezifisch menschliches Gesicht; als ästhetisches Phänomen geschieht das je nach Gegenstand in eigener Weise. Wenn Designgegenstände tatsächlich ästhetische Gegenstände sind, so heißt das Folgendes: Sie finden nicht so sehr Lösungen für gegebene Probleme, sondern bestimmen die Probleme im Lichte ihrer Lösungen vielmehr zugleich neu. Bei diesem Grundgedanken handelt es sich um eine These zur Rolle des Designs in der menschlichen Welt, die diese Rolle immer auch als genuin ästhetische bestimmt. Und das Ästhetische, so lautet der weitergehende Gedanke, wird im Design anders als in der Kunst, aber auch anders als in der Naturerfahrung in bestimmter Weise praktisch. Denn Designgegenstände sind keine Gegenstände der zweckfreien Kontemplation, sondern Gegenstände des Gebrauchs. Wer bei einem Stuhl von Frank Gehry oder den Piktogrammen von Otl Aicher nur auf die Funktion dieser Gegenstände schaut, sieht an ihnen als Designgegenständen vor-

1 Ich benutze den Begriff des »Gegenstandes« hier in einem ontologisch neutralen Sinne und keineswegs im Sinne allein der Gegenstände des Industriedesigns. Im Geiste Freges meine ich damit das, worauf wir mit singulären Termini Bezug nehmen, gleich ob es sich etwa um Infrastrukturen, in Massenproduktion hergestellte industrielle Gebrauchsgegenstände oder um Plakate handelt.

bei. Design zeigt sich nur für diejenigen, die der Ästhetik solcher funktionalen Gegenstände nicht zuletzt im Gebrauch nachspüren.

Lange Zeit hat man versucht, Design dadurch aufzuwerten, dass man es der Kunst zuschlägt.² Ist der Grundgedanke des vorliegenden Buches richtig, so ist dem Design damit ein Bärendienst erwiesen worden: Designgegenstände sind ästhetische Gegenstände eigenen Rechts und bedürfen keiner Aufwertung dadurch, dass man sie in der Theorie begrifflich der Kunst zuschlägt und in der Praxis der Kunst anähneln. Diese These impliziert zudem, dass auch dann, wenn man ästhetischen Gegenständen nicht immer zweifelsfrei ansehen kann, ob es sich bei ihnen um Kunstwerke oder Designgegenstände handelt, der Unterschied zwischen beiden nicht graduell ist. Natürlich könnte man zum Beispiel viele der Exponate von Stefan Sagmeisters Ausstellung »The Happy Show«, die im Frankfurter Museum für angewandte Kunst vom 23. 4. 2016 bis zum 25. 9. 2016 gezeigt wurde, ohne weitergehende Kontextualisierung durch bloßes Hinschauen auch für Kunstinstallationen oder partizipative Kunstaktionen halten. Aber das widerspricht nicht dem Gedanken, dass es sich hier dennoch um Exponate handelt, die keine Kunstwerke sind. Das bloße Hinsehen ist nämlich kein epistemischer »Test« für die Frage der kategorialen Zuordnung ästhetischer Gegenstände:³ In Wahrheit sind die weitergehenden Kontexte, in denen solche Gegenstände stehen und die als Kontexte von Praktiken verstanden werden müssen, der Identität dieser Gegenstände nicht äußerlich. Und zu solchen Kontexten darf offensichtlich nicht allein der Ausstellungsraum gezählt werden, sondern zu ihnen gehört ebenso ein Wissen darum, von wem die entsprechenden Gegenstände sind und wie sie sich zu anderen Arbeiten verhalten.

2 Im Funktionalismus in der Folge der industriellen Revolution sind Formen des Industrie- und Graphikdesigns nicht zuletzt als zeitgemäße neue Kunst verstanden worden. Vgl. exemplarisch dazu etwa Peter Behrens, »Kunst und Technik«, in: Klaus T. Edelmann, Gerrit Terstiege (Hg.), *Gestaltung denken. Grundlagentexte zu Design und Architektur*, Basel: Birkhäuser 2006, S. 23-27 und Hermann Muthesius, »Die moderne Umbildung unserer ästhetischen Anschauungen«, in: Volker Fischer, Anne Hamilton (Hg.), *Theorien der Gestaltung. Grundlagentexte zum Design. Band 1*, Frankfurt/M.: form 1999, S. 99-112.

3 Vgl. in diesem Geiste auch die berühmten Beispiele von Arthur C. Danto, *Die Verklärung des Gewöhnlichen. Eine Philosophie der Kunst*, Frankfurt/M.: Suhrkamp 1981, Kapitel 1.

Auch wenn der Grundgedanke des vorliegenden Buchs eine These zur Ästhetik des Designs ist und das vierte Kapitel, das der Ästhetik des Designs gewidmet ist, entsprechend eine programmatisch zentrale Stellung einnimmt: Es ist nicht ausschließlich ein Beitrag zu einer Ästhetik des Designs. Vielmehr werden, von diesem Grundgedanken zur Ästhetik des Designs ausgehend, eine Reihe verschiedener philosophischer Grundbegriffe diskutiert. Die jeweiligen Grundbegriffe werden hinsichtlich der Wendung befragt, die sie mit Blick auf Design nehmen. Das grundsätzliche Ziel des Buchs ist es, die Eigenarten von Designgegenständen philosophisch in den Blick zu nehmen. Damit beansprucht das Buch zugleich, eine Lücke zu schließen: Obwohl sich abzeichnet, dass sich diese Situation in jüngster Zeit ändert,⁴ hat die Philosophie das Design bislang nur am Rande behandelt. Die bisher umfangreichste wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Design findet in der sogenannten Designtheorie und Designforschung statt.⁵ Allerdings sind viele der im Rahmen dieses Forschungsfeldes situiereten Diskurse gerade dadurch, dass sie sich als Verlängerung der Designpraxis selbst verstehen,⁶ eher Beiträge zur politischen Legitimation des Designs und nicht zu einer Wissenschaft des Designs. Zudem lässt sich kaum sagen, dass es hier einen etablierten Diskussionsstand

4 Hier sind vor allem folgende Arbeiten zu nennen: Andreas Dorschel, *Gestaltung. Zur Ästhetik des Brauchbaren*, Heidelberg: Winter 2003; Glenn Parsons, Allan Carlson, *Functional Beauty*, Oxford: Clarendon Press 2008; Jakob Steinbrenner, Julian Nida-Rümelin (Hg.), *Ästhetische Werte und Design*, Stuttgart: Hatje Cantz 2011; Jane Forsey, *The Aesthetics of Design*, Oxford: Oxford University Press 2013; Johannes Lang, *Prozessästhetik. Eine ästhetische Erfahrungstheorie des ökologischen Designs*, Basel: Birkhäuser 2015; Florian Arnold, *Philosophie für Designer*, Stuttgart: AV Edition 2016; Julia-Constance Dissel (Hg.), *Design & Philosophie. Schnittstellen und Wahlverwandtschaften*, Bielefeld: Transcript 2016; Glenn Parsons, *The Philosophy of Design*, Cambridge: Polity Press 2016 und Gerhard Schweppenhäuser, *Designtheorie*, Berlin: Springer VS 2016.

5 Die einschlägige Einführung dazu ist Claudia Mareis, *Theorien des Designs zur Einführung*, Hamburg: Junius 2014. Als Sammlung jüngerer Beiträge zur Designforschung vgl. auch Gesche Joost u. a. (Hg.), *Design as Research. Positions, Arguments, Perspectives*, Basel: Birkhäuser 2016.

6 Glenn Parsons hält den Unterschied einer Philosophie des Designs zur Designtheorie entsprechend wie folgt fest: »But there is an important distinction between [design] theory and philosophy [...]. Broadly speaking, the difference is that, unlike philosophy, design theory's primary motivation and focus is the practice of design.« Parsons, *Philosophy of Design*, S. 1.

gibt, der einigermaßen robust wäre. Das vorliegende Buch greift die Debatten der Designtheorie von der Seite auf und hofft, den Kanon zum Design um eine dezidiert philosophische Stimme zu bereichern. Diese besteht darin, eine Klärung der auch in etablierten designtheoretischen Debatten investierten *Grundbegriffe* anzubieten. Dieses Buch ist also anders als viele Beiträge zur Designforschung kein Beitrag zur *Praxis* von Designern bzw. Designerinnen. Vielmehr präsentiert es ein Nachdenken *über* die Relevanz und Spezifik des Designs in der menschlichen Welt. Es ist ein Beitrag zur *Praxis der Theorie* des Designs. Denn das Denken ist dahingehend selbst eine Praxis, dass es geübt oder dilettantisch betrieben werden kann. Und möglicherweise kann es Studierende des Designs wie gestandene Designer*innen nicht nur auf neue Gedanken hinsichtlich der begrifflichen Grundlagen ihrer Tätigkeit bringen, sondern vielleicht auch Impulse für die Gestaltung geben. Das aber ist nicht das vornehmliche Ziel: Das Buch verfolgt das Ziel, eine angemessene Deutung der Grundbegriffe zu geben, die mit dem Design verbunden sind. Der Gedanke, dass es eine wahre Theorie des Designs geben kann, mag zwar in Teilen der Designtheorie verpönt sein.⁷ Wie ich jedoch zeigen werde, beruhen entsprechende Zurückweisungen dieses Gedankens auf Missverständnissen hinsichtlich dessen, was Begriffe und Theorien überhaupt sind. Aus der Tatsache, dass ein philosophisches Nachdenken über Design nach der wahren Designtheorie fragt, folgt natürlich nicht, dass es nicht in vielfältiger Weise Perspektiven unterschiedlicher Theorien integrieren und synthetisieren kann – und dies auch tun sollte. Diese werden dann aber eben nicht als Theorien verstanden, die beziehungslos nebeneinander stehende Schlaglichter auf den Gegenstand werfen. Sie werden so verstanden, dass sie jeweils einen Beitrag zu einer Theorie *des* Designs im Singular liefern.

Eine entsprechende Philosophie des Designs wird im vorliegenden Buch weder deduktiv entwickelt, noch durchweg in einer systematischen Gestalt präsentiert. Vielmehr wird sie in Form einer *Konstellation* von Grundbegriffen durchgeführt. Auch wenn die einzelnen Kapitel aufeinander aufbauen und das Buch somit kein rein lexikalisches Nachschlagewerk für die jeweiligen Begriffe sein

7 Vgl. insgesamt in diesem Sinne etwa Michael Erlhoff, *Theorie des Designs*, München: Fink 2013; Uta Brandes u. a., *Designtheorie und Designforschung*, München: Fink 2009 sowie Mareis, *Theorien des Designs zur Einführung*, S. 29.

soll, so ist es doch so, dass die entsprechenden Grundbegriffe in jeweils relativ großer Eigenständigkeit diskutiert werden. Wer sich vor allem für den Begriff der Ästhetik des Designs interessiert, kann das Kapitel grundsätzlich auch ohne die anderen Kapitel lesen. Die Konstellation wird dabei durch den schon erwähnten Grundgedanken zusammengehalten, dass das Design eine ästhetische Form praktischer Welterschließung ist und zwar eine ästhetische Form *sui generis*. In diesem Sinne kommt dem vierten Kapitel zur Ästhetik des Designs, wie festgehalten, eine programmatisch zentrale Rolle zu. Es entwickelt den Gedanken, dass die Einheit des Ästhetischen in einer Pluralität von Formen des Ästhetischen besteht. Wenn man sagt, dass Design als ästhetische Form der Welterschließung unseren praktischen Weltbezug gestaltet, wohingegen Kunst als eine eigensinnige Reflexionspraxis unser Selbstverhältnis formt,⁸ so versteht man Design nicht länger nach dem Vorbild der Kunst. Man versteht dann beide vielmehr als *kategorial unterschiedene* Formen des Ästhetischen. Wie sie in ihrer Unterschiedenheit zusammen mit einer bestimmten Art der Naturbetrachtung dennoch integrale Momente der Einheit des Ästhetischen sind – darauf wird das vierte Kapitel eine Antwort geben.

Bevor ich eine kurze Vorschau auf die jeweiligen Grundbegriffe geben werde, möchte ich vorgreifend zumindest kurz anzeigen, was für eine philosophische Analyse des Designs im Kontrast zu anderen Formen seiner wissenschaftlichen Erforschung charakteristisch ist. *Ex negativo* lässt sich die Philosophie des Designs gut in Abgrenzung zur Designgeschichte erläutern. Die Designgeschichte fragt danach, wie sich Design entwickelt hat, welche kulturellen und sozialen Triebkräfte dabei im Spiel waren, und räumt zumeist auch den Äußerungen historischer Designer*innen einen bestimmten Stellenwert ein. Sie fragt kurz gesagt danach, was sich wann, warum und wie ereignet hat. Die Philosophie des Designs hingegen fragt danach, was wir unter Design *vernünftigerweise verstehen sollten*. Geschichte und Geltung sind zwei Paar Schuhe, systematische Fragen müssen von historischen Fragen zunächst einmal getrennt werden. Das gilt auch dann, wenn ein angemessenes Verständnis der Geltung unserer Aussagen über Design zugleich der Geschichtlichkeit des Designs angemessen Rechnung tragen muss.

8 Vgl. zur Kunst auch Daniel M. Feige, *Computerspiele. Eine Ästhetik*, Berlin: Suhrkamp 2015, Kapitel 4.1.

Den Unterschied zwischen der Designgeschichte und der Philosophie des Designs kann man kurz und bündig auch wie folgt benennen: Eine designgeschichtliche Analyse fragt danach, was für wahr gehalten worden ist. Eine Philosophie des Designs fragt danach, was wahr ist. Nach der Wahrheit von Aussagen kann man nun natürlich selbst wieder ganz unterschiedlich fragen. Hier lässt sich eine philosophische Erkundung des Designs wiederum ex negativo gut in Abgrenzung von einer empirisch-sozialwissenschaftlichen Erforschung des Designs spezifizieren. Denn die Philosophie des Designs gelangt zu ihren Aussagen ebenso wenig dadurch, dass sie statistische Erhebungen durchführen würde, noch dadurch, dass sie klassische Experimente durchführen würde. Sie gelangt zu ihnen vielmehr durch *Nachdenken*. Philosophisches Nachdenken ist nicht zu verwechseln damit, sich in Gedanken irgendetwas auszumalen: Es ist ein *argumentatives* Nachdenken.⁹ Es wäre unzureichend, ein entsprechendes argumentatives Nachdenken als Methode der Philosophie zu verstehen. Denn der Begriff der Methode setzt voraus, dass es zunächst einen Gegenstand gibt, auf den dann in einem zweiten und logisch davon unabhängigen Schritt etwas angewendet wird. Wäre das Nachdenken eine Methode, so wäre es schlechte Philosophie: als Anwendung von abstrakten Begriffen auf Arten von Gegenständen, die sich ihnen vielleicht gar nicht fügen. *Das argumentative Nachdenken ist nicht die Methode der Philosophie, sondern vielmehr ihre Form.* Damit erweist sich Philosophie als Reflexionswissenschaft, die sich einer Klärung solcher Grundbegriffe verschrieben hat, ohne die wir uns nicht oder zumindest nicht angemessen als diejenigen Lebewesen verstehen können, die wir sind. Genauer erweist sie sich als eine reflexive Wissenschaft, die in Form der argumentativen Auseinandersetzung auf eine rationale Rekonstruktion entsprechender Grundbegriffe abzielt. Die Philosophie des Designs fängt weder mit der Geschichte des Designs, noch mit empirischen Erhebungen zum Design an. Sie fängt bei unseren Vorverständnissen zum Design an und führt sie einer begründeten Klärung sowie einer systematisch zusammenhängenden Explikation zu. Die Philosophie des Designs produziert damit kein

9 Eine luzide Einführung in die philosophische Argumentationstheorie ist Holm Tetens, *Philosophisches Argumentieren. Eine Einführung*, München: Beck 2004. Vgl. zudem Wolfgang Detel, *Grundkurs Philosophie. Band 1: Logik*, Stuttgart: Reclam 2007, S. 42 ff.

Wissen *über* Design, sondern vielmehr Wissen über unser *Wissen* über Design. Wie der Philosophie des Designs Ergebnisse einer designgeschichtlichen oder empirischen Erkundung von Design nicht gleichgültig sein sollten, so sollten auch der Designgeschichte wie der empirischen Erforschung des Designs die Ergebnisse des philosophischen Nachdenkens nicht gleichgültig sein. Denn es zielt auf die Grundbegriffe auch dieser Wissenschaften – und man sollte sich ja im Klaren sein, was man hier eigentlich genau erforscht. Nach diesen Vorbemerkungen zur Spezifik einer philosophischen Erforschung des Designs komme ich zu den Grundbegriffen, die das Buch behandeln wird. Seine Konzeption sieht so aus, dass jedes seiner Kapitel einem der entsprechenden Grundbegriffe gewidmet ist.

*

Die meisten Designtheoretiker*innen wie Designhistoriker*innen, die sich mit Produktdesign beschäftigen, verbinden die Entstehung des Designs mit der industriellen Revolution.¹⁰ Vor dem Hintergrund neuer technischer Möglichkeiten, die die Massenproduktion standardisierter alltäglicher Gebrauchsgegenstände ermöglichten, sind demzufolge nicht allein neue Gegenstände produziert worden, sondern ist zugleich eine neue *Art* von Gegenständen in die Welt gekommen. Aber allein schon die Gegenstände, die in den Bereich des Produktdesigns gehören – von Arne Jacobsens Stuhl *Model 3107* über Dieter Rams' *T1000* Radio für Braun bis hin zu Richard Sappers *Thinkpad XI Carbon* für Lenovo –, sind offensichtlich sehr unterschiedlich. Wenn man zudem an die Entstehung des Deutschen Werkbundes und der Stuttgarter Weißenhofsiedlung von 1927 denkt,¹¹ sind hier die Grenzen zwischen Architektur, Innenarchitektur und Produktgestaltung nicht mehr klar zu ziehen. Damit erschöpft sich aber keineswegs die Diversität: Neben dem Produktdesign gibt es offensichtlich noch viele andere Bereiche

10 Exemplarisch ist hier neben dem Buch von John Walker vor allem die einschlägige Studie von Bernhard Bürdek zu nennen. Vgl. Bernhard E. Bürdek, *Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*, Basel: Birkhäuser 2005 und John A. Walker, *Designgeschichte. Perspektiven einer wissenschaftlichen Disziplin*, München: Scaneg 1992.

11 Vgl. dazu Joan Campbell, *Der Deutsche Werkbund 1907-1934*, München: dtv 1989.

des Designs, einige mit einer langen Geschichte und Vorgeschichte, andere hingegen relativ neuen Ursprungs. Mit Blick auf das Graphikdesign muss man eine Geschichte der Typographie und eine der Buchgestaltung erzählen, ebenso wie man eine Geschichte der Plakate und ihres komplexen Verhältnisses zur modernen Kunst erzählen muss. Nicht zuletzt müsste in diesem Feld heute auch eine Geschichte des Webdesigns erzählt werden.¹² Nimmt man dann noch das Textildesign sowie die Geschichte der Mode hinzu und verliert auch jüngere Felder wie das Interaktionsdesign und das Transportation Design nicht aus dem Blick, scheint die Lage unübersichtlich zu werden: Gibt es hier nicht genauso viele Arten von Gegenständen wie es Bereiche des Designs gibt? Selbst wenn man mit Blick auf die Entstehung des Designs festhält, dass viele dieser Unterscheidungen späteren Ursprungs sind und man sowohl Produktdesigner*in als auch Graphikdesigner*in sein kann, ist damit das Problem nicht behoben: Was haben alle diese verschiedenen Formen des Designs miteinander gemeinsam, um sie unter dem Begriff des Designs zu versammeln? Thema des ersten Kapitels ist entsprechend die Frage nach dem *Begriff des Designs*. Ziel dieses Kapitels ist es, zweierlei zu zeigen: Erstens, dass es ein Missverständnis ist, zu meinen, man könnte sich die Frage nach dem Begriff des Designs sparen und sie zu einer Marotte der Philosophie oder der Theorie erklären; zweitens, dass sich Begriffe des Begriffs formulieren lassen, die der entsprechenden Unterschiedlichkeit durchaus Rechnung tragen können. Anders gesagt: Wenn man meint, man könne auf eine Klärung des Begriffs des Designs verzichten, weil man doch intuitiv wisse, was Design ist, oder weil Design eben viel zu unterschiedlich sei, verrät man vor allem, dass man einen *falschen* Begriff des Begriffs hat.

Einen angemessenen Begriff des Designs kann man nur dann formulieren, wenn man der *Geschichtlichkeit des Designs* Rechnung trägt. Nicht allein ist das, was Design ist, in vielfältiger Weise durch Veränderungen gekennzeichnet, sondern die meisten Designhistoriker*innen sind der Meinung, dass das Design konkrete historische Ursprünge hat. Die Geschichtlichkeit des Designs ist das Thema des zweiten Kapitels. Die Frage der Geschichtlichkeit

12 Vgl. dazu insgesamt Philip B. Meggs, Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, Hoboken/NJ: Wiley & Sons 2006 sowie Rick Poyner, *No More Rules. Graphic Design and Postmodernism*, London: Laurence King Publishing 2003.

des Designs muss dabei dezidiert von der Frage der Geschichte des Designs unterschieden werden: Bezieht sich letztere auf die Entstehung sowie die faktische Entwicklung des Designs, zielt die erste Frage darauf, zu klären, was es *überhaupt* heißt, dass Design eine sich geschichtlich entwickelnde Praxis ist und in welcher Weise sie möglicherweise einen historischen Ursprung hat. Nicht zuletzt weil Design entstanden ist und in beständiger Veränderung begriffen ist, lässt es sich – so lautet ein Kerngedanke dieses Kapitels – nicht im herkömmlichen Sinne definieren. Das freilich schließt nicht aus, dass sich Design in kategorialer Weise bestimmen lässt, wenn man den Sinn solcher Kategorien im Lichte ihrer geschichtlichen Bewegtheit offenhält.

Design ist in seiner Konzeption, Produktion wie seinem Gebrauch Ausdruck unserer praktischen Welterschließung. Dass wir Designgegenstände produzieren und gebrauchen, heißt, dass es Design nur im Rahmen der menschlichen Welt gibt. Es wäre eine begriffliche Konfusion, zu behaupten, dass Tiere Designer sein könnten. Design kommt weder durch bloß physikalische oder biologische Prozesse in die Welt, noch können wir es erschöpfend oder auch nur sinnvoll auf der Ebene solcher Prozesse beschreiben. Im Sinne einer *Anthropologie des Designs* gehört damit die Frage, für was für Lebewesen Design geschaffen wird, selbst zum Kernbereich der Frage, was überhaupt Design ist. Sie bildet den Inhalt des dritten Kapitels des Buches. Es verteidigt insgesamt die klassische Bestimmung des Menschen als eines vernünftigen Lebewesens, wendet sie aber dahingehend praxistheoretisch, dass geltend gemacht wird, dass der Mensch ein Lebewesen ist, das sich auf sich und die Welt im Rahmen von kollektiven Praktiken bezieht. Designgegenstände – weiterhin in einem breiten und offenen Sinn verstanden und nicht bloß als Objekte – wären damit Dinge, mit denen wir immer auch praktisch-hantierend umgehen und die eine bestimmte Rolle in unseren alltäglichen wie auch außeralltäglichen Praktiken spielen. Den grundsätzlich praktischen Charakter von Design im Sinne einer anthropologischen Grundlage des Designs aufzuklären – das ist das Ziel des dritten Kapitels.

Diese praktische Bestimmung des Designs unterscheidet Designgegenstände offensichtlich nicht von anderen Gegenständen, mit denen wir in unserer Welt hantierend umgehen. Im vierten und längsten Kapitel des Buches wird insgesamt dafür argumen-

tiert, dass es sich bei Designgegenständen um ästhetische Gegenstände einer besonderen Art handelt. Das Kapitel ist damit ein Beitrag zur *Ästhetik des Designs*. Es ist zugleich das programmatisch zentrale Kapitel des Buchs. Unter Ästhetik verstehe ich eine besondere Form des Bezugs auf Gegenstände, die sich so bestimmen lässt, dass sie sich auf die entsprechenden Gegenstände in ihrer Individualität bzw. Singularität bezieht. Zugleich begreife ich die Ästhetik aber als ein Projekt, das einen solchen Gegenstandsbezug nur sinnvoll begreifen kann, wenn es über die Spezifik solcher Gegenstände nachdenkt. Ich bin entsprechend der Auffassung, dass es keine allgemeine Explikation *des* Ästhetischen geben kann, die nicht zugleich eine Explikation *besonderer Formen* des Ästhetischen ist. Verstehen weite Teile der gegenwärtigen philosophischen Ästhetik das Ästhetische im Anschluss vor allem an Kant als Form, so möchte ich vorschlagen, es in Erweiterung der Einsichten Kants um diejenigen Hegels so zu verstehen, dass es selbst durch verschiedene und dabei irreduzible besondere Formen konstituiert ist. Diese fallen nicht einfach unter den Allgemeinbegriff des Ästhetischen, sondern liefern vielmehr einen je spezifischen Beitrag für eine angemessene Bestimmung desselben. Im Geiste Hegels gesprochen, sind sie jeweils konkrete Allgemeinheit.¹³ Deshalb werde ich im vierten Kapitel so vorgehen, dass ich eine Ästhetik des Designs *kontrastiv* gegenüber einer Ästhetik der Kunst und einer Ästhetik der Natur entwickeln werde. Dabei werden sich grundsätzlich folgende Unterschiede ergeben: Während sich Kunst und Design von der Natur dadurch unterscheiden, dass es sich bei ihnen um Artefakte handelt, unterscheiden sich Design und Kunst dadurch, dass Design eine ästhetisch-praktische Form der Welterschließung ist, wohingegen Kunst eine ästhetische Praxis der Reflexion unserer selbst im Medium eigensinniger Formgebungen ist. Das sind jedoch keine Definitionen im herkömmlichen Sinne: Wenn es sich hier um Formunterschiede des Ästhetischen handelt, so geht es vielmehr um etwas, was sich immer schon in den besonderen Wendungen ausdrückt, die unser Urteilen, Wahrnehmen und Handeln mit Blick auf entsprechende Gegenstandsbereiche nehmen. Solche Formunterschiede möchte ich, wie festgehalten, aber gerade nicht formalistisch verstanden wissen. Entsprechende Wendungen kön-

13 Vgl. ausführlicher in diesem Sinne Feige, *Computerspiele*, Kapitel 2.

nen nicht ohne Rekurs auf eine Geschichte von Gegenständen, die in sie eingegangen sind und sie bestimmt haben, expliziert werden.

Zu den wiederum ästhetischen Dimensionen des Designs gehört auch die Art und Weise, wie es in die Welt kommt. Damit ist nicht die oftmals mechanische Herstellungsart gemeint, die für die Massenproduktion von Industriedesigngegenständen oder den Druck von Magazinen und Plakaten charakteristisch ist. Vielmehr ist der Prozess des Entwerfens gemeint. Das fünfte Kapitel gilt der Entwicklung von Grundzügen einer *Handlungstheorie des Designs* im Geiste der im vierten Kapitel skizzierten Ästhetik des Designs. Anders als Teile der gegenwärtigen Designforschung werde ich nicht die These vertreten, dass es sich bei Tätigkeiten des Entwerfens und Gestaltens um solche handelt, die sich radikal von sonstigen Handlungen unterscheiden. Vielmehr werde ich zu zeigen versuchen, dass es bei Prozessen des Entwerfens und Gestaltens – ebenso wie in anderer Weise auch bei Prozessen des Erschaffens von Kunstwerken – um Handlungen geht, in denen ein Moment dessen explizit zum Vorschein kommt, was es *überhaupt* heißt zu handeln. Der Gedanke lautet, dass in ästhetischen Praktiken deutlich wird, dass der Sinn von Handlungen nichts ist, was vor oder hinter dem, was die Akteure tun, liegen würde. Vielmehr zeigt sich das, was sie sind, in ihrem und durch ihren Vollzug. Zugleich werde ich geltend machen, dass der Sinn solcher Handlungen, und damit letztlich von Handlungen überhaupt, nicht in etwas besteht, was als vorgängig gegebene Regel in Form einer Determination des Ergebnisses besteht: Die Offenheit des Sinns von Handlungen tritt im ästhetischen Produzieren selbst ins Offene.

Neben den praktischen Funktionen haben nahezu alle Designgegenstände auch symbolische Funktionen. Das sechste Kapitel möchte Grundlagen für eine *Symboltheorie des Designs* legen. Symbolische Funktionen von Designgegenständen artikulieren sich in unserem Sprechen und Wahrnehmen von Designgegenständen nicht zuletzt derart, dass sie metaphorisch etwas ausdrücken können, was buchstäblich nicht auf ihre Materialien und Medien zutrifft. Denn häufig sind wir für ihre Beschreibung genötigt, Begriffe zu verwenden, die scheinbar gar nicht auf die Medien und Materialien zu passen scheinen, aus denen sie bestehen; wie Niklaus Troxlers Plakate mitunter klangliche und rhythmische Qualitäten auszudrücken in der Lage sind, so drücken einige Stühle von Marc

Newson auch dann Bewegung aus, wenn sie sich nicht in einem faktischen Sinne bewegen. Das Kapitel ist insgesamt dem Versuch gewidmet, philosophische Grundlagen zur Erklärung entsprechender Symbolisationen bereitzustellen. Im zweiten Teil wird es dabei darum gehen, dass sich aus einer angemessenen symboltheoretischen Rekonstruktion von Designgegenständen zugleich die These der Entgrenztheit verschiedener Arten des Designs herleiten lässt: Die Grenzen von Plakaten und Textilien, von Gebrauchsgegenständen und Klängen sind nicht allein dadurch immer schon flüchtig, dass Verfahrensweisen übertragen werden können, sondern dass auch Plakate wie Textilien metaphorisch klangliche, haptische usf. Eigenschaften ausdrücken können.

Wie bereits die symboltheoretische Analyse von Designgegenständen deutlich macht, existieren Designgegenstände ebenso wenig schlicht als vorhandene physikalische Gegenstände wie als bloß menschliche Projektionen in eine nackte physikalische Welt. Aber dennoch existieren sie auf die eine oder andere Weise als Gegenstände. Wir können uns in unseren Aussagen ohne Probleme auf die typographisch-experimentellen Plakate von Neville Brody beziehen oder auf das Logo für Lufthansa von Otl Aicher. Das siebte Kapitel widmet sich entsprechend der Frage der *Ontologie des Designs*. Seine Frage lautet: Auf welche Weise existieren Designgegenstände? Es wird sich erweisen, dass die in der Ästhetik gebräuchlichen Unterscheidungen, etwa diejenigen zwischen konkreten und abstrakten Entitäten oder zwischen performativen und nicht-performativen Künsten, nur bedingt hilfreich sind, um Designgegenstände ontologisch zu verorten. Der leitende Gedanke des Kapitels lautet vielmehr, dass Designgegenstände eine ontologische Klasse sui generis darstellen. Um das verständlich zu machen, wird ein anderer Begriff abstrakter Entitäten als derjenige notwendig, der in den einschlägigen ästhetischen Debatten vorherrschend ist.

Gerade im Licht der jüngeren Debatten der philosophischen Ästhetik ist positiv erarbeitet worden, dass eine Auseinandersetzung mit ästhetischen Fragen in bestimmter Weise zugleich auf die ethische wie politische Dimension des Ästhetischen eingehen muss. Es ist ein verständlicher Gedanke, dass Kunstwerke aufgrund der Art und Weise, wie sie uns etwas und damit sich selbst präsentieren, nicht auf die außerästhetische Wirklichkeit verrechenbar sind. Kunst ist immanent politisch darin, dass sie sich als eigensin-