

Ausgabe: 06/2003 | [Druckansicht](#) »

Geschichte / Theorie

So nicht! Wie dann?

Die neuen Technologien haben auch das Handwerk des Designers nachhaltig verändert. Diese Erkenntnis ist nicht neu. Das Gestalten am, mit dem und für den Computer ist längst eine Selbstverständlichkeit. Doch dass Gestaltung über bloßes Handwerkskönnen hinausreichen muss, wird nicht mit gleicher Gewissheit vermittelt. Ein fataler Zustand in einer Welt, in der von Überinformation und Unübersichtlichkeit die Rede ist. Wie soll die Designausbildung darauf reagieren?

Neulich legte mir eine Studentin einen Text in Blocksatz vor, voll von weißen Löchern. Als ich mit ihr über Textausgleich sprach, erklärte sie mir selbstbewusst, dass es so schon ganz richtig sei. Schließlich hätte sie doch den Softwarebefehl „Blocksatz“ benutzt. Das gehe automatisch! Die Löcher verursache der Computer, sie habe damit nichts zu tun.

Viele Berufsanfänger glauben, die Designverantwortung in den Computer auslagern zu können. Es gehe letztlich um die Beherrschung von Software und nicht um Geschmacksfragen. Jeder, aber auch wirklich jeder, der einen Computer bedienen kann, wäre demnach in der Lage zu gestalten.

Wozu also Designausbildung? Nie gab es eine größere Designnachfrage als heute, und nie gab es so viel Designsmog wie heute. Die Technik entwickelte sich zum Selbstläufer und Designverantwortung zur Schwundkategorie.

Die neuen Technologien haben die Designbranche radikal verändert. Sie prägen einen internationalen, globalen Stil und der kündigt von einem Riesenvertrauen in die digitalen Prozesse. An sie wurde die Verantwortung delegiert und damit Platz geschaffen für eine Unmenge spielerischer Manipulation. Designmoden breiten sich schneller aus als je zuvor. Denn es ist leicht geworden, einfach nachzuahmen, was man soeben gesehen hat.

Den aktuellen Stand solcher Designbeliebigkeit hat uns der Irak-Krieg offenbart. Auf allen Fernsehkanälen wurden die Nachrichten in eine Vielzahl von Designhäppchen zerhackt und verpackt und anschließend senderübergreifend ineinander geschachtelt.

Ob deutscher, amerikanischer, französischer oder arabischer Sender, alle gaben ein ähnliches Bild. Die Hektik dieser Tage karikierte heutige Arbeitsweisen: Alles technisch Machbare, und dies ist wahrlich vieles, wird auch umgesetzt. So treffen wir auf dem Bildschirm einen der mikrofonbewaffneten „embedded“ Korrespondenten an, sein Name erscheint auf halbtransparentem Hintergrund. Unten laufen Schlagzeilen, die in ihrer kurzen Folge kaum aufzunehmen sind. Als ob das nicht reichte, finden wir in einer weiteren Zeile zusätzlich Informationen über die Börse oder das Wetter – und ganz oben die Webadresse des Senders. Damit aber nicht genug: In einem kleinen Fenster erscheint ein anderer Sender mit demselben Design, derselben Menge an Informationen. Die Software hat das Bild einfach skaliert und in ein Fenster gestellt. In manchen Fällen waren bis zu sechs oder sieben Fenster ineinander geschachtelt. Diese bis zur Unkenntlichkeit verunstalteten Nachrichten schlugen wie die Präzisionsbomben in unser Bewusstsein ein. Derartige Designschlachten erleben wir in abgemilderter Form jeden Tag in jedem Medium. Wir haben die Übersicht verloren, wissen nicht, was wichtig und unwichtig ist, aber dies scheint ohnehin nicht von Bedeutung.

All das hatte mit der Postscript- und Photoshop-Ästhetik begonnen. Das kombinatorische Design vermischt sich in der Eile und wird zu einem grotesken Abbild reiner Zufälligkeit. Halbtransparente Layer mit Texten überlagern einander. Nach Orientierung fragt keiner. Welcher Text zu welchem Bild gehört, bleibt ein Geheimnis. In dieser Ästhetik des „je mehr, desto besser“ werden die Reflexe des Stadtneurotikers bedient. Das vorherrschende Design beherrscht also die Technik. Gut, das wissen wir jetzt.

Diplomdesigner – ein nachhaltiges Produkt?

Natürlich ist dieser Trend längst in den Schulen angekommen. Der Markt hat die Designausbildung gründlich beeinflusst. Denn offensichtlich hat sich die Meinung durchgesetzt, dass der Markt diktiert, was in den Schulen zu lehren sei. Jobanzeigen suchten ganz konkret Leute, die mit dieser und jener Software umgehen können. Also verlangten auch Studenten plötzlich, in

bestimmte Softwarepakete eingewiesen zu werden. Und die Schulen reagierten – in diesem Fall – schnell auf die Bedürfnisse der Industrie. Professuren für Gestaltung wurden ausgeschrieben mit dem Vermerk: nicht ohne Beherrschung von Photoshop, FreeHand, MMDirector oder anderen Programmen. Diese Art von Ausbildung besteht lediglich aus Computerkursen – einem Know-how in den aktuellen Softwares und, wenn es geht, bitte mit Rezepten, mit Tipps und Tricks. Gestaltungskompetenz? Wofür? Ist das Produkt Diplomdesigner ein nachhaltiges Produkt, ein Produkt, das ein Berufsleben lang genutzt werden kann, oder enthält es ein Verfallsdatum? Ich kenne im Beruf stehende Designer, die davon leben, sich mit PageMaker auszukennen. Unter ihnen kommt leichte Panik auf, nachdem sie erfahren haben, dass PageMaker vom Markt verschwindet. Nicht dass sie keine andere Software mehr erlernen könnten, sie sind jung genug. Das Problem ist ein anderes. Wir haben auf einen undankbaren Markt reagiert, der unser Know-how, soweit es sich auf konkrete Software bezieht, schnell entwertet. Wir bedienen den Markt, ohne uns der Konsequenzen vollends bewusst zu sein. Design, in diesem Sinne, hat mit Gestaltung nur wenig zu tun.

Komplexität gestalten

Design war einst eine anspruchsvolle Aufgabe, die nicht von Hilfskräften erledigt werden konnte. Es war die „Welt als Entwurf“ (Otl Aicher), die den Maßstab für Design setzte. Dieser Anspruch droht an den Designschulen aus dem Blick zu geraten. Dabei hält die Welt nach wie vor Designaufgaben bereit, die dem kreativen Intellekt das Äußerste abverlangen können. Auch ein Airbus-Cockpit beinhaltet, wohl verstanden, Mediendesign, aber nicht auf der Ebene des Screendesigns. Das Problem, das im Airbus-Cockpit gestalterisch zu bewältigen ist, heißt Komplexität. Design hat die intellektuell höchst anspruchsvolle Aufgabe, Komplexität zu reduzieren. Denn Komplexität blockiert Handlung.

Die traditionellen Sparten Grafikdesign, Kommunikationsdesign, Industriedesign et cetera überschneiden sich in der Praxis als Mediendesign. Sie haben ihre isolierte Nische verlassen und gehen längst in einer fachübergreifenden Disziplin auf. Das gemeinsame Ziel ist die Komplexitätsreduktion. Und das ist eben keine Sache für Hilfskräfte, die rasch den Markt bedienen. Wir sollten uns selbst nicht unterschätzen. Es gibt viele Themenbereiche, in denen ein Design der Komplexitätsreduktion dringend erforderlich ist, beispielsweise in der Spieleindustrie, der Medizininformatik, bei Lernsoftware oder an Mensch-Maschine-Schnittstellen. Auch dort, wo Informatik gar nicht im Vordergrund steht, existieren schwierige Probleme der Komplexitätsbewältigung: Städtebau, Transportation, Kommunikation. All das erfordert intelligentes Design. Das Design der Formen hat sich in ein Design der Komplexität transformiert. In diese Richtung muss Ausbildung zielen, wenn sie eine langlebige Nutzung des Erlernten ermöglichen möchte. Nie wurde im Design so viel Hintergrundwissen benötigt wie heute. Wir degradieren uns zu Hilfskräften, wenn wir uns voreilig nur auf den Markt einstellen, der gerade am lautesten Arbeit verspricht. Und Designer könnten auf dem Arbeitsmarkt durchaus verantwortungsvolle Positionen einnehmen, die sie sich jedoch oft nicht zutrauen. Auch dies ist ein Grund, warum die Industrie bei vielen gestaltungsrelevanten Aufgaben nicht auf die entsprechende Designkompetenz zurückgreift. Designer müssen sich ihren Platz erkämpfen. Sie müssen die Gestaltung ihres Arbeitsmarktes selbst leisten, sonst werden andere Berufssparten ihre Positionen übernehmen. Die Unternehmen, wie Donald Norman schon seit 1986 beklagt, stellen den Designer immer noch ans Ende des Prozesses: Konzept, Topologie und Handhabung sind festgelegt, wenn der Designer als Attraktivitätsmacher hinzugezogen wird. Dies ist in einem Design der Komplexität nicht haltbar, da wichtige Fragen hierbei nicht berücksichtigt werden. „Cooles Design“ macht der Übersichtlichkeit Platz. Doch Konsumenten geben Fragen der Handhabung inzwischen oberste Priorität. Und auch die Unternehmen haben dazugelernt. Usability steht oben an im Pflichtenheft. Deswegen sind Designer der Komplexitätsreduzierung notwendiger denn je.

Mitgestalten, aber wie?

Der Umgang mit dem Computer ist selbstverständlich. Softwarekompetenzen werden vom Designer vorausgesetzt. Und plötzlich wird klar, dass die Designausbildung anspruchsvoller werden muss, wenn wir nicht wollen, dass Designkompetenzen von Informatikern, Ingenieuren und anderen besetzt werden. In Deutschland scheint die Lösung vorgezeichnet, die Beispiele von Bauhaus und Ulm zeigen uns den Weg. Dort lernten zukünftige Designer, mit

Wissenschaftsfragen umzugehen. Heute brauchen sie noch viel mehr kontextuelles Hintergrundwissen, um Komplexität gestalten zu können. Dafür werden Kenntnisse der kognitiven Psychologie, der Soziologie, der Kommunikationswissenschaft und der Ergonomie gebraucht. Diese Kenntnisse dürfen nicht einfach additiv und parallel zum Entwerfen vermittelt werden. Es geht nicht um Designer mit wissenschaftlichen Kenntnissen, sondern um Designer, die solche Kenntnisse als Hintergrundwissen für ihre Gestaltung konkret anwenden. Die Integration von Hintergrundwissen muss stärker in die Designmethodologie eindringen. Die Universität Pompeu i Fabra in Barcelona gestaltet gutes interaktives Design ganz ohne Designer. Ich sah kürzlich bei einem Besuch Forschungen an europäischen Multimediaprojekten, entwickelt von einer Gruppe von Physikern, Chemikern und Ingenieuren. In der Gruppe gäbe es auch eine Designerin, wurde mir gesagt. Der Direktor der Estació de la comunicació dieser Universität, ein Chemiker, erklärte, sie möchten in Zukunft sogar Designer in einem modernen wissenschaftlichen Designstudiengang ausbilden. In Deutschland geht man ähnliche Wege. Ich arbeitete an der Fachhochschule Flensburg, im Studiengang Medieninformatik. Die Studenten waren bereit, neue wissenschaftliche Impulse aufzunehmen. Auch an der Fachhochschule Lübeck, Bereich Elektrotechnik, wurde ein neuer internationaler Studiengang Informationstechnologie und Gestaltung gegründet. Hier vertrete ich das Design und kann an der Wand eines Kollegen folgenden Satz lesen: „Design oder nicht sein?“ Wenn Elektrotechnik sich dem Design öffnet, dann muss auch Design sich der Elektrotechnik öffnen.

Mir erzählte ein Besucher unserer Fakultät, wie die Dinge sich geändert haben. Er hatte in Berlin ein technisches Studienfach absolviert und die heutige Universität der Künste befand sich in der Nähe. Zu seiner Zeit liefen kunstorientierte Studenten demonstrativ barfuß auf dem Campus herum. Niemand hätte ahnen können, dass irgendwann Designer und Ingenieure im selben Boot sitzen würden!

Designer, die mitdenken

Doch die bloße Addition von Programmierkenntnissen und etwas Design ergibt noch keinen denkenden Designer, wie ihn etwa Yves Zimmermann fordert. Der international bekannte Designautor stellt fest, dass dieser Typ Gestalter noch ein „rarer Vogel“ sei. Die Hochschuldidaktik steht aber vor der Aufgabe, ihn auszubilden. Dabei steht eine Strategie im Raum, die es erlaubt, den eigenen Arbeitsmarkt durch Kompetenznachweise neuer Art mitzugestalten: Designlösungen werden nicht einfach nur als Endprodukt eines abgeschlossenen Prozesses dargestellt. Stattdessen werden sie in einen Argumentationszusammenhang eingebettet, aus dem hervorgehen soll, wie kontextuelle Erkenntnisse integriert worden sind.

Erklärt man im Ergonomieunterricht den Studenten etwa die Rolle des Feedbacks in den interaktiven Medien, so schauen sie zuerst unwillig drein, als würden Trivialitäten erörtert. Ihnen ist Feedback eine Selbstverständlichkeit: Ganz klar, wer sich auf einer Benutzeroberfläche zurechtfinden will, braucht diese Rückmeldungen. Als Rezept verstanden ist es jedoch schwer, das dahinter stehende Konzept in neue Kontexte einzubringen. Erst wenn die Studierenden gelernt haben, die allgemeine kognitive Notwendigkeit von Feedback im täglichen Leben nachzuvollziehen, werden sie in die Lage versetzt, das Konzept innovativ auf neue Situationen zu übertragen.

Dem schnelllebigen Softwareanwender, der sich als Designer profiliert, bleiben dagegen die wichtigsten Fragen seines Faches verborgen. Und auch die Zeit für etwas so Altertümliches wie Bildung hat er kaum. Wie ein Pinsel zu handhaben ist, wäre leicht in wenigen Bewegungen zu erklären, mit Photoshop umzugehen, ist durchaus schwieriger zu erlernen. Das verschafft zwar kurzfristig einen Kompetenzvorsprung, doch bleibt dann immer noch die wohl wichtigere Frage offen: Wie gut weiß der Designer seinen Verstand einzusetzen?

Viele Reformversuche in der Ausbildung sind kurzfristig. Den Markt zu bedienen bedeutet, Studenten nur als funktionierendes Marktprodukt, aber nicht als Marktgestalter auszurüsten. Es war ein Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften, Herbert A. Simon, der bereits 1977 in seinem Buch „The Sciences of the Artificial“ vor dem Versäumnis warnte, Design nicht rechtzeitig durch Designwissenschaft zu modernisieren. Er fürchtete, das Rezeptdenken verurteile die Disziplin auf Dauer zur völligen Bedeutungslosigkeit. Wahr ist, dass wir immer noch auf den denkenden Designer warten. Doch immerhin wächst die Erkenntnis, dass nun die Zeit für

ihn reif ist.

Felicidad Romero-Tejedor

Die promovierte Designerin (Jahrgang 1967) ist Professorin für Design digitaler Medien an der FH Lübeck. Sie lebte und studierte in Barcelona und lehrte vor ihrer jetzigen Tätigkeit Industrial Design an der HBK Braunschweig, Methodologie an der FH Hannover und Mediendesign an der FH Flensburg.

Quelle: design report

design report established by  **Rat für Formgebung**
German Design Council

© 2013 · Konradin Medien GmbH · Leinfelden-Echterdingen