

Schnee und öffentlicher Raum. Über das Verhältnis von Design und Sprache im öffentlichen Interesse.

Der folgende Text baut auf einem Vortrag auf, den ich anlässlich der von Prof. Georg Bertsch 2017 initiierten Konferenz »Nichtwort_Gestaltung für Sprachbildung« im Haus des Buches in Frankfurt/Main gehalten habe. Die Konferenz wurde vom Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst finanziert und diskutierte, welchen Beitrag Design zur Sprachbildung im Sinne gesellschaftlicher Integration liefern kann. Für mich war dies der Anlass, über das Verhältnis von Sprache und Design genauer nachzudenken, insbesondere hinsichtlich der Bedeutung für den öffentlichen Raum, öffentliche Einrichtungen oder öffentliche Mobilität. Spannend und eine besondere Herausforderung ist dieser Diskurs, da er nicht disziplinintern im Design geführt wurde und wird, sondern – im Falle der Frankfurter Konferenz – mit einem öffentlichen Auditorium, dessen generelle Vorstellung von Design, seinen Aufgaben und Wirkungen, eher heterogen ausgeprägt war. Denn das Reden über Gestaltung erschöpft sich noch heute in der Regel mit Statements wie: gefällt mir oder gefällt mir nicht, finde ich schön oder hässlich oder noch schlimmer: Das ist Geschmackssache.

Ich betrachte das Verhältnis von Design und Sprache im öffentlichen Raum in diesem Text aus drei Perspektiven:

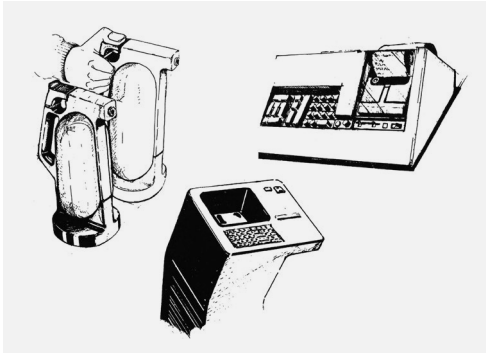
- **DIE THEORIE DER PRODUKTSPRACHE AUS OFFENBACH**
Mit welchem Ziel wurde die Theorie der Produktsprache entwickelt, wie hat sie sich im Laufe der Jahre verändert und wie kann und muss sich der Offenbacher Ansatz weiterentwickeln?
- **DESIGN UND SPRACHE**
Die Bedeutung von Design und Sprache als Basis öffentlicher Gestaltung.
- **DAS ÖFFENTLICHE**
Beobachtungen und Beschreibungen zum Verhältnis von Design und dem Öffentlichen.

DIE THEORIE DER PRODUKTSPRACHE AUS OFFENBACH

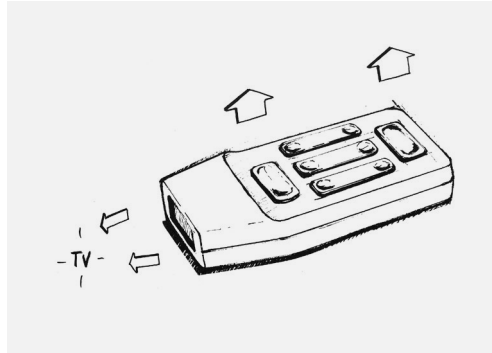
Die Auseinandersetzung über das Verhältnis von Sprache und Design manifestiert sich in der Entwicklung eines designspezifischen Theorieansatzes und dem disziplinären Diskurs zu Beginn der 1980er Jahre an der HfG Offenbach. Nach der Berufung von Jochen Gros an die HfG dienten seine Arbeiten zur Dialektik der

Gestaltung und dem erweiterten Funktionalismus als Basis, um den Offenbacher Ansatz zu entwickeln. In enger Zusammenarbeit mit Richard Fischer und später Dagmar Steffen, aber auch in Kooperation mit den anderen Lehrenden, wurde aus den unterschiedlichen Theoriesträngen in den folgenden Jahren eine Theorie der Produktsprache formuliert. Eine Besonderheit lag darin, dass sich der gesamte Fachbereich Produktgestaltung dazu bekannte und sein gesamtes Curriculum danach ausrichtete. Als praxisorientierte Theorie sollte sie den Gestaltenden dazu dienen, »zu Machendes« zu begründen oder »Gemachtes« zu rechtfertigen oder zu kritisieren.¹ Die damit angesprochene Theoriebildung stand im Zeichen des Wandels der Designausbildung hin zu einer akademischen. Theorie sollte dazu beitragen, den Diskurs über Gestaltung in wissenschaftlicher Form führen zu können. Ein zentrales Element lag in der Entwicklung einer Fachsprache, die den verbalen Austausch über Design, insbesondere der Ergebnisse von Design, strukturiert, indem sie spezifische Begriffe definiert und mit Phänomenen der Gestalt verknüpft.

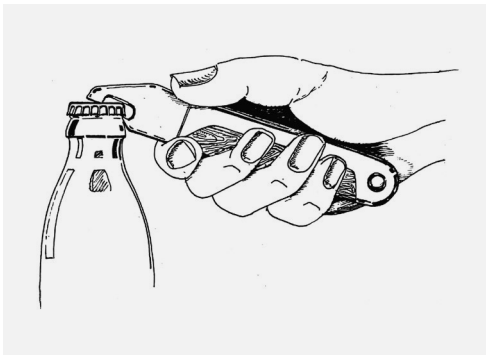
Basis des Offenbacher Ansatzes ist die Betrachtung von drei differenzierten Blickwinkeln der Mensch-Objekt-Beziehung: die Anzeichenfunktion, die Symbolfunktion und die Formalästhetik. Am Beispiel der Anzeichenfunktion, deren Begriffsinhalte von Richard Fischer erforscht wurden, wird deutlich, wie durch den bewussten Einsatz von Gestaltungsmitteln eine Art unsichtbare Bedienungsanleitung entsteht. Auf diese Weise können Eigenarten ebenso wie Funktionalitäten und Bedienungsweisen kommuniziert werden: Wie muss ich ein Produkt bedienen? Wie halte ich eine Fernbedienung? Wie vermittele ich Präzision – zum Beispiel mit Uhren und Drehknöpfen? ●



Körperbezug Ausrichtung



Ausrichtung



Handhabung



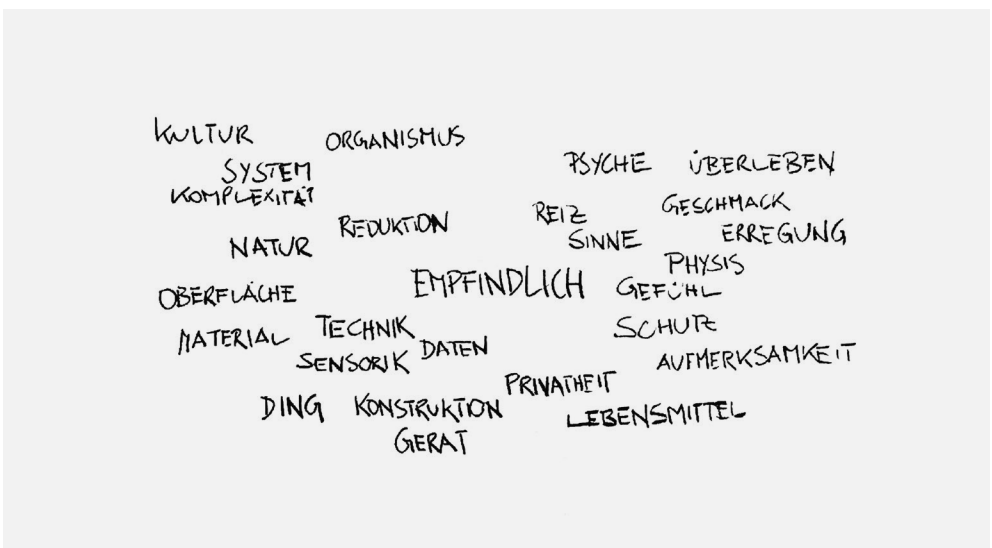
Präzision

● Beispiele für Anzeichenfunktionen, wie sie Richard Fischer analysierte

Mit dem Offenbacher Ansatz als Methode wurde ein fachlich fundierter Diskurs über Gestaltung möglich. Neben der bewussten Gestaltung von Anzeichen und deren Verknüpfung mit den praktischen Funktionen ging es bei der Symbolfunktion darum, emotionsorientierte, aber auch auf kulturelle Kontexte bezogene Bedeutungen an Produkten strukturiert erfassen zu können – von Jochen Gros zweideutig als Sinn-liche Funktionen bezeichnet. Die Formalästhetik hatte die Aufgabe, rein formale Entscheidungen losgelöst von jedweder Funktion zu definieren, und diente sowohl der Symbolfunktion als auch der Anzeichenfunktion als Fundament der jeweilig zu artikulierenden Bedeutung. Anfangs als erweiterter Funktionalismus bezeichnet, brachte die Produktsprache den Designdiskurs heraus aus einer rein pragmatisch funktional getriebenen Betrachtung von Produkten hin zu einer semantischen, die Bedeutung und Funktion von Produkten erweitert und zusammenbringt. Die Produktsprache ermöglicht mit dem Mittel der Sprache die präzise Benennung einzelner Gestaltungsmittel, um damit deren Einsatz und Wirkung im Gestaltungsprozess zu reflektieren.

Um Studierende für die Wechselwirkung von Design und Sprache zu sensibilisieren, ist die Theorie der Produktsprache bis heute fester Bestandteil und essenzielle Grundlage der Lehre an der HfG Offenbach. In Workshops zur Mensch-Objekt-Interaktion erhalten Studierende zunächst Wörter, meist Adjektive wie echt, offen, deutlich, sensibel, robust, einfach, komplex usw. ❶ Die dadurch initiierte Auseinandersetzung über Sprache soll bewusst den Bezug zum Design erst in einer zweiten Phase herstellen, um einen ganzheitlichen Blick, losgelöst von Artefakten, zu ermöglichen. Das Ziel ist, das Wort und seine Bedeutung auch im naturwissenschaftlichen, soziologischen, technologischen oder persönlichen Kontext zu erfassen und zu analysieren.

Betrachten wir beispielhaft das Wort »empfindlich«: Bezogen auf Biologie könnte es um die Berührungs- oder klimatische Empfindlichkeit von Pflanzen gehen, wie bei der Mimose, der »schamhaften Sinnpflanze«; in der Physik könnte man es mit Betrachtungen der Statik zu Gleichgewicht oder Belastung zu tun haben; in der Medizin geht es vielleicht um die Haut oder im gesellschaftlichen Kontext um Fragen der zwischenmenschlichen Beziehungen oder der Privatsphäre. Aus all diesen



❶ Auseinandersetzung mit Sprache in Workshops zur Mensch-Objekt-Interaktion

Sichtweisen entstehen dann Entwurfsprojekte, die jeweils versuchen, einen Begriff auf ein eigenes Projekt zu übertragen, das ein materielles Objekt, ein Prozess oder eine zwischenmenschliche Interaktion sein kann. Damit wird ersichtlich, welche Auswirkungen die sprachlichen Benennungen von gestalteten Umständen auf den persönlichen Zugang zur Gestaltung haben und diesen beeinflussen und entwickeln.

DESIGN UND SPRACHE

Sprache und Gestaltung bedingen sich gegenseitig

Begriffe und deren wechselseitige Interpretationen bilden die Grundlage für Gestaltung. Das muss im hier diskutierten Zusammenhang bei der Frage der Definition des Begriffs Design beginnen. Die Disziplin wird inhaltlich höchst unterschiedlich beschrieben, durch die Digitalität kamen im Vergleich zur produktbasierten Welt der 1980er Jahre viele neue Aspekte und Professionen hinzu. Bei dieser Deutungs- vielfalt ist es kein Wunder, dass bei der Einordnung der Disziplin des Designs und der damit verbundenen spezifischen Kompetenzen bei öffentlichen Gestaltungs- prozessen immer wieder Schwierigkeiten zutage treten. Bei den Auftraggebern und Projektbeteiligten besteht keinerlei Einigkeit darüber, was hinter dem Begriff steckt und welchen Beitrag die schaffenden Designer und Designerinnen leisten können. Design wird in öffentlichen Planungs- und Entwicklungsprozessen leider fast durch- gängig als ›Verhübschung‹ betrachtet und damit für die Verteuerung von Projekten jeglicher Art verantwortlich gemacht; gleichzeitig dienen Designmethoden dazu, komplexe Veränderungsprozesse zu bearbeiten.²

Aber auch die Disziplin selbst hat Definitionsschwierigkeiten. Das Wörter- buch Design von Michael Erlhoff und Tim Marshall führt aus: »Ausgerechnet für die zentrale Kategorie dieses Wörterbuches gibt es keine allgemeingültige Defini- tion – eben für Design!«³ Wie soll in diesem Text über Design und Produktsprache geschrieben werden, wenn es für den Begriff und den dazugehörigen Prozess keine allgemeingültige Definition gibt? Wie soll im öffentlichen Interesse Design als zentrale Disziplin akzeptiert werden, in der die Vermittlung öffentlicher Auf- gaben und deren Prozesse (Ämter, Institutionen, Plätze, Mobilitätsangebote usw.) gestaltet wird?

Im lateinischen Wortursprung wird *designare* mit bezeichnen, erläutern, beschreiben, markieren übersetzt. *Disegno* ist ein wichtiger kunsthistorischer Begriff aus der Renaissance, in dem Malerei, Bildhauerei und Architektur als eine Tätigkeit zusammengefasst werden (Georgio Vasari 1511–1574). Der amerikanische Designer Raymond Loewy prägte einige Jahrhunderte später, in den 1950er Jahren, die Vorstellung von Design mit stromlinienförmigen Entwürfen von Fahrzeugen über Geräte bis hin zur Cola-Flasche. Design bezeichnet hier das Ergebnis und weniger den Prozess, der dafür nötig ist. Die heutige, aus dem Englischen über- nommene Bezeichnung hingegen verweist auf Konzeption, Plan, Gestaltung oder Entwurf. Der Philosoph Daniel Martin Feige beschreibt Design als eine ästhetische Form der praktischen Welterschließung: Als Welterschließung gibt Design der Welt ein spezifisches Gesicht. Am diskursfähigsten und für meine eigene Arbeit am treffendsten erscheint mir die ursprüngliche Übersetzung aus dem Lateinischen. In dem Sinne des Bezeichnenden, des Benennenden, der Schaffung von Bedeutung durch Design ist der Begriff auch in der Offenbacher Produktsprache verankert. Design beeinflusst durch Gestaltungsentscheidungen das Verhalten von Nutzenden. Entsprechend gestaltet Design die Nutzungserfahrung.⁴

Die Grundlage für das Design ist die Entwicklung von Begriffen. Aus der sprachlichen Benennung von Problemstellungen bildet sich ein Gerüst, in dem die Gestaltungsentscheidung im Entwurfsprozess kommunizierbar und diskursfähig wird. Wenn ich etwas benennen kann, habe ich eine Grundlage, dann kann ich diese Benennung auch in Gestaltung übertragen und umgekehrt. Die Sprache bildet hier den Schlüssel für das Design und macht es diskursfähig.

Design bezeichnet, benennt, markiert und schafft Bedeutung

Ein immer wieder herangezogenes, von Linguisten wegen der unterschiedlichen Wortbildung zwar stark angezweifelt, aber für unsere Fragestellung immer noch überzeugendes Beispiel ist die Vielfalt der Bezeichnungen für Schnee bzw. für die Eigenarten seiner jeweiligen Beschaffenheit, so in Island und vor allem in den Alpen. Ersichtlich wird, wie ausdifferenziert die Sprache im jeweiligen Kontext mit Bezeichnungen für Phänomene oder Objekte umgeht, die den jeweiligen Lebensraum stark beeinflussen. Locker- und Wild-, Neu- und Pappschnee, filziger Schnee und Oberflächenreif, Harsch, Firn und Sulz, Pulver- und Fallschnee, Schwimmschnee oder Schneebrett sind nur einige wenige solcher präzisierter Bezeichnungen.

Im urbanen Lebensraum sind wir nicht von Schnee umgeben und spätestens seit dem Klimawandel begegnen wir Schnee leider so gut wie überhaupt nicht mehr. Schon gar nicht sind wir von seiner Beschaffenheit abhängig. Die ausdifferenzierten Begrifflichkeiten für Schnee, Natur usw. in unterschiedlichen regionalen oder kulturellen Kontexten entwickelten sich über Generationen, im Zuge existentieller Einflüsse und deren Auswirkungen auf das tägliche Leben. Unsere Umgebung ist heute der öffentlich gestaltete Raum und so stellt sich die Frage: Wie kann über diesen öffentlichen Raum als Grundlage des gesellschaftlichen Zusammenlebens gesprochen werden? In Form von Plätzen, Straßen, institutionellen Einrichtungen, Formularen, digitalen Informationsangeboten, Plakaten, Architektur, Ordnung oder Unordnung, Klarheit oder Unklarheit, einfach, verschmutzt, billig, teuer, von Menschen für Menschen gestaltet. Wie begegnen der Staat und die Stadt in ihren Einrichtungen den Bürgerinnen und Bürgern und wie präzise wird darüber kommuniziert? Die Sprache dient als Grundlage für die Entwicklung von Symbolen und Anzeichen, um dem Nutzenden den Umgang mit komplexen Zusammenhängen in der Bedienung zu vereinfachen oder gar erst zu ermöglichen. Der öffentliche Raum als komplexes System wird in dieser Betrachtung zum ›Schnee‹, über den unser gesellschaftliches Zusammenleben differenzierter verhandelt und gestaltet wird oder werden kann.

Die Aufgaben von Design erweitern sich kontinuierlich und damit auch der Gegenstand der Theorie der Produktsprache. Ging es in den Ursprüngen der Theorie in den 1980er Jahren vor allem um Produkte und Objekte und deren nutzerbezogene Betrachtung, so ist das Thema heute – nicht zuletzt durch die zunehmende Digitalisierung und den wachsenden Einfluss von Design über haptisch erfahrbare Produkte hinaus – auch um Services, Dienstleistungen und komplexe Abhängigkeiten, die verschiedene Kommunikationsformen und Produkte miteinander verknüpfen. Digitale Prozesse, Information, systemische Handlungsabläufe werden zum Gegenstand von Gestaltung. So ist beispielsweise zukünftige Mobilität nicht mehr zu verstehen als die formale Gestaltung des Exterieurs oder Interieurs von Fahrzeugen und vielleicht noch der Bedienungsoberflächen der Armaturen, sondern eher als die Gestaltung eines Systems, das unterschiedliche Bewegungsformen (inter- und multimodale Mobilität) über digitale Dienste und Prozesse verknüpft.

Für diese neuen Aufgaben von Design, die im Kern auf komplexe, sich aufeinander beziehende Systeme bei der Betrachtung der gestalterischen Details zielen, benötigt es eine weitergehende theoretische Grundlage, damit über diese neue Methodik und Systematik ein nachvollziehbarer Diskurs geführt werden kann.

Einem Begriff werden wir bei der Diskussion der zukünftigen Aufgaben von Design immer wieder begegnen, ob es sich um auf künstlicher Intelligenz basierende Produkte und Systeme handelt oder um die Gestaltungsaufgaben für soziale Prozesse (society centred design): dem Begriff des Vertrauens. Ein Vergleich macht die Bedeutung der damit verknüpften Gestaltungsmittel deutlich: Für den Betrachtenden/Nutzenden eines Stuhls ist aufgrund von Erfahrung und Intuition in der Regel sofort erkennbar, ob die Konstruktion sein Körpergewicht trägt. Im Gegensatz dazu gibt es für die Benutzung eines digitalen Systems bislang nur wenige Anzeichen, die vor oder während der Nutzung Vertrauen erzeugen können. Nehmen wir etwa das Vertrauen, dass mit persönlichen Daten sorgfältig umgegangen und die eigene Privatsphäre gewahrt wird oder dass Ergebnisse algorithmischer Prozesse nicht manipuliert werden (wie bei den Präsidentschaftswahlen in den USA 2016 bis heute vermutet wird). Schon diese Beispiele zeigen, dass das Schaffen von Vertrauen durch Gestaltung eine der wesentlichen Aufgaben für das Design ist.

Bei der Gestaltung von Benutzungsoberflächen, von nicht mehr gegenständlichen Systemen, dient Sprache als Grundlage für die Entwicklung von Symbolen und damit für den Transfer von objekthaften Gegenständen und ihrer vertrauten Bedeutung ins Digitale. Solche konzeptionellen ›Übersetzungen‹ bieten das Potenzial, den Nutzenden den Umgang mit komplexen Zusammenhängen in der Bedienung zu vereinfachen.

Sprache schafft Metaphern

Zeichen wie Ordner, Desktop, Schlüsselbund oder insbesondere der Papierkorb als Entwicklung von Apple in den späten 1970er Jahren, übertragen aus der ›realen‹ Welt zur Vermittlung komplexer Strukturen, vereinfachte die Bedienung von Computeranwendungen und machte diese zugänglich. Daran wird allerdings deutlich, dass die Wechselbeziehung von Sprache und Gestaltung eben auch ihre Grenzen hat. Am Beispiel des Icons des Papierkorbs lässt sich zeigen, wie kritisch solch eine Vereinfachung sein kann. ❶



❶ Problematische Vereinfachung von komplexen Vorgängen am Beispiel des Papierkorb-Icons

Wenn wir Daten in den digitalen Papierkorb ›werfen‹, wird uns vermittelt, dass sie noch nicht richtig gelöscht sind. Nach dem Leeren als ›bewusstem‹ Vorgang wird hingegen die endgültige Löschung suggeriert. Sowohl unsere mit dem Computer erstellten Daten als auch unsere Netzaktivitäten bleiben jedoch in einer anderen Sprache, die wir meist nicht verstehen, sichtbar – und zwar in erster Linie für andere, die sie für ihre eigenen Zwecke nutzen, ohne dass dies uns bewusst ist. Der Begriff der Privatsphäre hat sich verändert. Daten, die im Papierkorb landen und anschließend ›entsorgt‹ werden, sind immer wieder aufzufinden. Kann es demzufolge ein einfaches Symbol geben, welches anzeigt, dass meine Daten nur ›fast weg‹ sind? Genau diese Fragen werden in der Gestaltung von zunehmend digitalisierten und autonomen Systemen, Produkten und Services immer bedeutender und sowohl Gestaltende als auch Auftraggeber müssen damit zukünftig verantwortungsvoller umgehen. Je undurchsichtiger ein System ist, desto mehr kann Design als Benennendes, als Bedeutung schaffende Tätigkeit, gesehen werden.

Was bewirkt der Zusammenhang von Gestaltung und Sprache bei zunehmend unsichtbaren Prozessen für Nutzende und im Sinne der Öffentlichkeit in der Gesellschaft? ❹

Diese Fragestellung lässt sich am Beispiel eines Produktes diskutieren, für das es eigentlich keine richtige Bezeichnung gibt: Alexa oder Amazon Echo sind virtuelle digitale Assistenten, mit denen Nutzer und Nutzerinnen kommunizieren, denen sie Fragen stellen, mit denen sie planen und ihr Leben organisieren – und natürlich Güter über Amazon online bestellen können. Wenn wir dieses Produkt oder Gerät nach der Theorie der Produktsprache analysieren, lässt sich sagen, dass es wenig sichtbare Anzeichen hat, keine erkennbaren Bedienungsmöglichkeiten aufweist. Das Gerät wird vor allem sprachgesteuert. Eine Anzeige leuchtet rot auf, wenn die Mikrofone vermeintlich ausgeschaltet sind. Formalästhetisch erkennen wir eine wenig komplexe, zylindrische Form mit dezenten, einfachen, gleichmäßig gerasterten Perforierungen, die aus Sicht der Anzeichenfunktion darauf hinweisen, dass es sich möglicherweise um einen Lautsprecher handelt. Symbolisch betrachtet wirkt das Gerät nichtssagend, harmlos, im besten Sinne einfach. Verglichen mit dem Beispiel des Papierkorb-Piktogramms kann man zugespitzt formulieren: Amazon



❹ Formale Vereinfachung eines komplexen Produktes: Der Netzwerk-Lautsprecher Amazon Echo (1. Generation) mit dem virtuellen Assistenten Alexa

Echo stellt eine Dose dar. Nichts deutet auf die hinter diesem Objekt verborgene technologische Komplexität hin. Die Kommunikation, Eingabe und Ausgabe mit Alexa findet nur über Sprache statt. Die im Hintergrund ablaufende Sammlung von Daten, die Ortung, die Möglichkeit der Überwachung, das Eindringen in den privaten Raum, der kommerzielle Nutzen für Amazon sind nicht erlebbar und sollen es womöglich auch gar nicht sein. Das einzige Vertrauen auslösende Detail in Bezug auf Privatsphäre ist besagtes rotes LED-Licht, das die angebliche Stummschaltung von Alexa anzeigt. Wie kann man als Gestalter oder Gestalterin eine solch hohe Komplexität in einem unser Privatleben immens beeinflussenden Produkt wie Amazon Echo darstellen? Produktsprachlich betrachtet ist davon auszugehen, dass die vom Nutzenden wahrgenommene Harmlosigkeit und Einfachheit exakt der angestrebten Gestaltungsstrategie entspricht. Komplexität, möglicher Verlust von Privatsphäre oder nicht nachvollziehbare Konsummöglichkeiten sollen dem Nutzenden nicht vermittelt werden. Ein möglichst unkomplizierter Zugang zu dem System ist das Ziel der Gestaltung – und damit Vertrauen zu einem System, das alles in allem hauptsächlich dem Unternehmen und nur vordergründig dem Nutzenden dient.

Wenn das visuelle Symbol für das Löschen von Daten ein Papierkorb ist und das Symbol für einen Datensammler wie Alexa der Form einer einfachen Dose entspricht, dann wird deutlich: Sowohl in der Benennung als auch in der für den Nutzenden erlebbaren Gestaltung und dem erzeugten Vertrauen bei zukünftig häufig algorithmisch gesteuerten Prozessen besteht ein großer Handlungsbedarf für Gestalter und Gestalterinnen. Dabei ist der Übergang zwischen privat genutzten Objekten, wie im Fall von Alexa, und im öffentlichen Raum genutzten digitalen Objekten fließend. Es gibt gewissermaßen keine Trennung mehr zwischen privat und öffentlich. In der Diskussion zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie wird diese Auflösung deutlich: Smartphones, die im eigentlichen Sinn private Kommunikationsgeräte darstellen, werden für die Sichtbarmachung von Infektionsketten herangezogen.

DAS ÖFFENTLICHE

Übertragen wir diese Betrachtungen auf die symbolische Beschreibung eines öffentlichen Ortes, einer Infrastruktur oder einer Parkbank, wird schnell deutlich, dass ›schön‹, ›hässlich‹ oder ›gefällt mir‹ weder hinreichend sind, noch umgekehrt als strategische Grundlage für einen Gestaltungsprozess dienen können. Wie müsste eine Bank im öffentlichen Raum gestaltet sein, auf die das Adjektiv ›empfindlich‹ passt, um sie möglicherweise vor Vandalismus zu schützen? Oder wie ist eine Benutzungsoberfläche für öffentliche, digital gesteuerte Wahlmöglichkeiten, beispielsweise die Erstellung von Zugangsberechtigungen, zu gestalten, die für jeden Nutzenden, gleich welcher Herkunft, bei der Bedienung für Vertrauen sorgt?

Wenn wir über Design im öffentlichen Raum nachdenken, über die Wirkung von Gestaltungsentscheidungen oder die generelle Notwendigkeit, gestalterische Kompetenz in öffentliche Prozesse zu integrieren, dann ist die Stadt Helsinki als ein gutes Beispiel zu nennen. Helsinki besetzt seit einigen Jahren, als eine der ersten Städte weltweit, die Stelle einer Chief-Design-Verantwortlichen (Anne Stenros: Stand 2020) mit dem Ziel, Experimente und nutzerorientierte Prozesse in der Stadtentwicklung voranzutreiben.

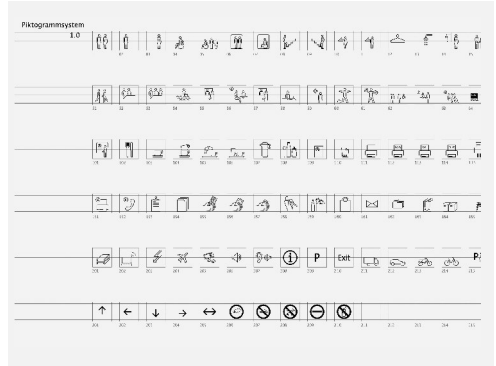
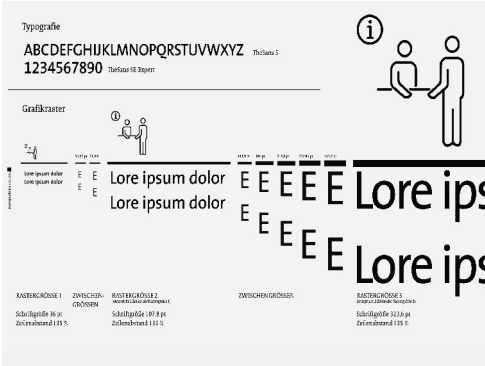
Um sich über Gestaltung in öffentlichen Zusammenhängen oder, wie es Ruedi Baur benennt, »Gestaltung im öffentlichen Interesse« austauschen zu können, kann die Theorie der Produktsprache eine sinnvolle Grundlage bieten. Sie



❶ Beispiele für die Kommunikation des Staates mit den Bürgerinnen und Bürgern in Frankfurt/Main

strukturiert und vermittelt gestalterische Zusammenhänge, denkt über die unterschiedlichen Nutzenden und deren Ansprüche nach, verdeutlicht den Kontext, in dem ein Entwurf (Objekt, Raum oder Interaktion) entstanden ist, und fordert dazu auf, diese Aspekte in den Dialog über Gestaltung einzubeziehen. Gerade in öffentlichen Entscheidungsprozessen ist es wichtig, präzise und verantwortungsvoll über die Benennung der Vermittlungsziele in der Gestaltung öffentlicher Räume zu verhandeln, denn die Gesellschaft ist der/die Nutzende. ❶

Für Design im Interesse der Öffentlichkeit gibt es in Deutschland aktuell keine wirkliche Position, wenngleich bei kommerziellen Unternehmungen der Konsum- oder Automobilindustrie das Design zweifellos als entscheidendes strategisches Instrument etabliert ist. Sicher sind vor allem in skandinavischen Ländern, in der Schweiz oder auch in den Niederlanden sehr gute Beispiele für die Bedeutung von Gestaltung öffentlicher Institutionen und Einrichtungen zu finden. Das Corporate Design der Polizei, der Post oder der Bahn in den Niederlanden, das bereits in den 1990er Jahren vom Studio Dumbar entworfen wurde, vermittelt einen offenen, zeitgemäßen Zugang zu öffentlichen Einrichtungen für die Bürgerinnen und Bürger. Die vor wenigen Jahren eröffneten Hauptbahnhöfe der Städte Amsterdam und Rotterdam, vom Architekturbüro Benthem Crouwel entworfen, vermitteln mit ihrer Architektur, mit dem integrierten Zusammenspiel analoger und digitaler Informations- und Leitsysteme, der Beleuchtung, der verwendeten Materialien, dem Produktdesign der Möblierung in jedem Detail einen zukunftsorientierten Anspruch und symbolisch/qualitativ den Wert der öffentlichen Institution. Über die Vermittlung dieses Anspruchs durch die frühzeitige Einbeziehung der Nutzenden und einen wechselseitigen Entwicklungsprozess der Gestaltung entsteht Vertrauen



● Gestaltete Kommunikation des Staates mit Bürgerinnen und Bürgern im Ordnungsamt der Stadt Frankfurt/Main. Oben: Innenarchitektur. Unten: Visuelles System für die Bürgerkommunikation in Frankfurt/Main.

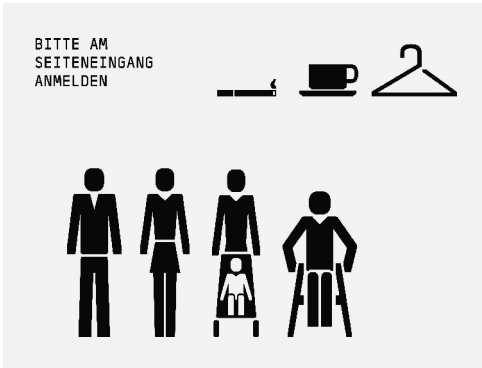
in öffentliche Systeme. Ein Diskurs über Gestaltung im öffentlichen Raum scheint mir daher in Deutschland unbedingt notwendig zu sein.

Bei jedem Projekt im öffentlichen Raum ist die Frage zu stellen, wie der Entwurf mit den Nutzenden kommuniziert. Wie wird Gestaltung hinsichtlich ihrer Funktionalität, aber auch ihrer symbolischen Bedeutung von den Nutzenden (der Gesellschaft) interpretiert? Informationen im öffentlichen Raum und die Gestaltung öffentlicher Räume selbst sollten eindeutig und für eine möglichst heterogene Zielgruppe zugänglich sein und verstanden werden. ●

Welches sind die richtigen Begriffe, die als strategische Grundlage für einen Gestaltungsprozess des Öffentlichen dienen können? Wie soll die Stadt oder der Staat den Bürgerinnen und Bürgern als Institution vermittelt durch Gestaltung begegnen? Vor dem Hintergrund zunehmender Anforderungen durch Migration, soziale Unterschiede, Sprachbarrieren und digitale Kommunikation stellt sich die Frage, wie Menschen in unserem Lebensraum zukünftig Services, Formulare, Benutzungsoberflächen, Prozesse und Räume im Interesse der Öffentlichkeit wahrnehmen sollen. Die Gestaltung der Information über die Auswahl von Schrift, die Entwicklung von eigenen Piktogrammsystemen, die Entscheidung für Farben, Materialien, dreidimensionale Entwürfe und die Planung sowie deren bauliche Umsetzung bezeichnen dabei nur einen kleinen Teil eines komplexen Systems mit Anforderungen, die disziplinübergreifend verhandelt und gelöst werden müssen. Können Begriffe wie Sauberkeit, Sicherheit, Wert, Qualität, Transparenz, Einfachheit, Klarheit, Präzision und andere als Grundlage für einen Gestaltungsprozess dienen? Allein bei der Einigung auf diese oder andere Begriffe wird deutlich, dass

strategische Gestaltung zu einem politischen Instrument werden kann. Wie repräsentiert beispielsweise ein Piktogrammsystem die Institution und die dahinterstehenden Menschen? Wie korrespondiert es mit der Schrift oder dem Gebäude? Muss die Frau in einem Piktogramm immer mit einem Rock dargestellt werden? Warum werden Rollstuhlfahrer von der Seite und nicht wie die anderen Menschen auch, von vorne dargestellt? Bereits im Detail sind Gestaltungsentscheidungen maßgebend für die Bedeutung des komplexen Systems des Öffentlichen. ❶

Es bedarf einer gestalterischen Grundlage, einer Sprache zur Kommunikation von Gestaltung, das Einbeziehen der Gesellschaft in Gestaltungsprozesse und letztlich den entsprechenden politischen Willen. ❷



❶ Gleichberechtigte Darstellung von Menschen. Leitsystem für T-Mobile



❷ Beispiele zur Sprache im öffentlichen Raum

↳

- 1 Maser, Siegfried: Einige Bemerkungen zum Problem einer Theorie des Designs. Braunschweig (unveröffentlichtes Vortragsmanuskript) 1972, S. 4. Zitiert nach: Gros, Jochen: Grundlagen einer Theorie der Produktsprache: Einführung. Offenbach 1983.
- 2 Vgl. Dorst, Kees: Design beyond Design. In: She Ji. The Journal of Design, Economics, and Innovation. Vol. 5, Issue 2, Summer 2019, S. 117-127, hier S. 123, <<https://doi.org/10.1016/j.sheji.2019.05.001>>, 11.05.2020.
- 3 Erlhoff, Michael; Marshall, Timothy (Hg.): Wörterbuch Design. Begriffliche Perspektiven des Design (Board of International Research in Design). Basel u.a. 2008, S. 87.
- 4 Vgl. Vöckler, Kai; Eckart, Peter: Die Gestaltung neuer, vernetzter und umweltfreundlicher Mobilität. In: Proff, Heike (Hg.): Neue Dimensionen der Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden 2020, S. 251-259, zur Definition des Designs vgl. S. 252.