

Designtheorie auf neuem Wege.¹ Anfänge, Etappen und Kontexte des Offenbacher Ansatzes

Die Theorie der Produktsprache, auch bekannt als Offenbacher Ansatz, gilt bis heute in der Design-Community als ein bedeutender und breit rezipierter Beitrag unter den Theorien des Designs.² So wurde dem Theorieansatz nichts Geringeres attestiert als einen »Paradigmenwechsel innerhalb der Geschichte der Designtheorien der Nachkriegszeit« zu markieren und »für eine Verschiebung des Interesses von der Funktionalität von Designartefakten zu ihrer Zeichenhaftigkeit und Bedeutungsdimension« zu stehen.³ Folgerichtig wurde er auch in den Kontext der Postmoderne gestellt, die durch »eine zunehmende ›Aufmerksamkeit für Bedeutung‹ und für die ›Interpretation‹ der Dinge sowie für die ›Sprache der Zeichen‹« gekennzeichnet sei.⁴

Gewiss trug der Theorieansatz, der auf Vorarbeiten von Jochen Gros unter anderem am Institut für Umweltplanung Ulm, kurz: IUP, zurückgeht, in den 1970er-Jahren dazu bei, den auf die praktische Funktionalität von Designartefakten verengten Fokus der Designtheorie zu relativieren und die Aufmerksamkeit auf die Mensch-Objekt-Beziehungen sowie die Zeichenhaftigkeit und Bedeutung der Artefakte für Menschen zu lenken. Doch zöge man von Gros' am IUP entstandener Arbeit »Dialektik der Gestaltung« und dem später darauf aufbauenden Offenbacher Ansatz blindlings eine direkte Verbindungslinie zu der bereits an der Hochschule für Gestaltung (HfG) Ulm gelehrteten Semiotik, griffe man zu kurz.⁵ Zwar wissen wir: Tomás Maldonado hielt an der HfG Ulm schon Ende der 1950er-Jahre Vorlesungen über »Kommunikation und Semiotik«.⁶ Gui Bonsiepe knüpfte daran an und erarbeitete am Beispiel von Werbeanzeigen eine »Visuell-verbale Rhetorik« sowie »Semantische Analysen«.⁷ Max Bense und Elisabeth Walther hielten an der HfG Ulm Vorlesungen u. a. zur Semiotik von Charles S. Peirce und untersuchten mit ihrer Hilfe ästhetische Probleme.⁸ Klaus Krippendorff schloss sein Studium an der HfG Ulm mit einer Diplomarbeit »Über den Zeichen- und Symbolcharakter von Gegenständen« ab.⁹ Und der Bense-Schüler und IUP-Dozent Siegfried Maser vermittelte dort den Studierenden die Grundzüge der Semiotik.

Doch im Unterschied zur Architekturtheorie, der »die bereits vorhandene Semiotik [...] eines der geeigneten Instrumente zur Konzeption eines neuen Paradigmas« zu sein schien und die auf die Modelle von Peirce und Bense zurückgriff,¹⁰ knüpfte Gros weder an diese oder andere oben genannte Referenzen an, noch bezog er sich auf die Werke von Roland Barthes oder Umberto Eco.¹¹ Treffender erscheint es, den von Claus Dreyer beschriebenen »frei flottierenden ›Zeitgeist‹« der 1960er-Jahre als Erklärung für diese parallelen Entwicklungen heranzuziehen, zumal der Paradigmenwechsel nicht nur die Architektur- und die Designtheorie umfasste, sondern im Grunde alle »Sozial-, Kultur-, Kunstwissenschaften«.¹² So wirkten die Einflüsse der Semiotik und Linguistik eher indirekt auf den Offenbacher Ansatz, denn zu Gros' Referenzen gehörten u. a. die Schriften des Psychoanalytikers

Alfred Lorenzer und die der Philosophin Susanne K. Langer, deren beider Zeichen- und Symbolverständnis durch Einflüsse aus der Sprachwissenschaft und der Semiotik geprägt war.

Der sich in den 1970er- und 1980er-Jahren im Design vollziehende Paradigmenwechsel, den Bernhard E. Bürdek später im Rückblick als eine Verlagerung des Fokus »from function to meaning«¹³ charakterisierte, zeigte sich – neben den Arbeiten im Kontext des Offenbacher Ansatzes – international in verschiedenen Aktivitäten und Veröffentlichungen. Eine Fußnote hierzu muss an dieser Stelle genügen.¹⁴

Vorarbeiten zur Theorie der Produktsprache

Als Nachfolgerin der Ende 1968 geschlossenen Hochschule für Gestaltung Ulm nahm das IUP Ulm zum Wintersemester 1969/70 in den HfG-Gebäuden auf dem Kuhberg den Lehrbetrieb auf. Es bot ein Postgraduiertenstudium an, das Hochschulabsolventen und Absolventinnen anderer berufsqualifizierender Studienfächer offenstand. Ein fixes Curriculum gab es nicht, vielmehr war ein interdisziplinäres Projektstudium vorgesehen. Die Studierenden sollten an ihre vorausgegangenen Studien anschließen und selbst definierte, komplexe Themen von gesellschaftlicher Relevanz bearbeiten.¹⁵ Jochen Gros, der in Frankfurt/Main ein Maschinenbaustudium absolviert und parallel dazu Vorlesungen in Psychologie besucht hatte, sah in diesem Studienangebot eine Möglichkeit, seine verschiedenen Interessen miteinander zu verbinden.¹⁶ Er arbeitete in der von Siegfried Maser begleiteten achtköpfigen Projektgruppe »Freizeit« und seine daraus hervorgegangene Studienarbeit wurde vom IUP unter dem Titel »Dialektik der Gestaltung« als »Zwischenbericht 2« publiziert.¹⁷ Wie die dort entfaltete Diskussion zu Wahrnehmungspsychologie und Symbolik erkennen lässt, bildete diese Arbeit einen Ausgangspunkt für die Theorie der Produktsprache. Gros' Kommilitone und späterer Offenbacher Kollege Bürdek bezeichnete die Publikation im Rückblick als »erste Grundlage für eine Neuorientierung der Designtheorie« und auch Gerhard Curdes, ehemaliger Dozent für Stadt- und Regionalplanung am IUP, zählte sie zu den »thematisch interessanten und [...] grundlegenden Veröffentlichungen«, die am IUP entstanden.¹⁸

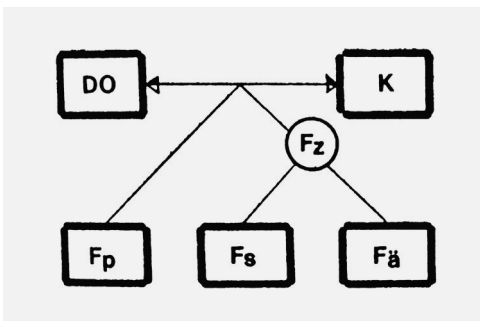
Wichtigste Referenz für Gros' Arbeit war die vielfältige, radikale Gesellschaftskritik und die Funktionalismuskritik jener Jahre, die er aus seiner Frankfurter Studienzeit aus erster Hand kannte: etwa aus den Vorlesungen und Schriften der Psychoanalytiker und Sozialpsychologen Alexander Mitscherlich, Alfred Lorenzer und Klaus Horn, der Stadtsoziologin Heide Berndt sowie der Philosophen Theodor W. Adorno und Herbert Marcuse.¹⁹ Deren Kritik zielte u. a. auf die »Unwirtlichkeit unserer Städte« (Mitscherlich), die »Verselbständigung der Zweckrationalität« (Berndt), auf »das Unzureichende der reinen Zweckformen [...], ein Eintöniges, Dürftiges, borniert Praktisches« (Adorno). Auch in Architektur- und Designkreisen war der Funktionalismus das zentrale, kontrovers diskutierte Thema jener Jahre, wie ein Blick in Zeitschriften wie die *Bauwelt* oder die *form*, Zeitschrift für Gestaltung zeigt.²⁰ Gros stimmte in diesen allgemeinen funktionalismuskritischen Tenor ein. Er forderte, der ästhetisch kalten, monotonen Gestaltung, die einzig auf Optimierung praktischer Funktionen ausgerichtet sei und zu Lieblosigkeit gegenüber Objekten und mangelnder Zuwendung der Menschen untereinander führe, eine Gestaltung entgegenzusetzen, die neben den physischen auch nicht materielle, psychische Bedürfnisse berücksichtige und ästhetisch-emotionale Umweltbezüge erlaube. Gleichwohl vermied er es, die Einseitigkeit des Funktionalismus durch eine neue Einseitigkeit ersetzen zu wollen. Bereits der Titel »Dialektik der Gestal-

tung« verwies auf eine »dialektische Antinomie« (Mukařovský), die das Verhältnis der praktischen und nicht praktischen Funktionen zueinander charakterisiere. Petra Eisele zufolge gelang es ihm damit, »eine eigenständige designtheoretische Position zu entwickeln« und »eine bloße ›Negativ-Kritik‹ und pauschalisierende ›Anti-Ismen‹, wie sie etwa Nehls vorgebracht hatte, zugunsten einer auf Ausgleich bedachten Designtheorie« zu durchbrechen.²¹

Aufbauend auf der »Dialektik der Gestaltung« ging Gros in seinen folgenden Arbeiten – der Semesterarbeit »Empirische Ästhetik« von 1972 und der Diplomarbeit »Erweiterter Funktionalismus und Empirische Ästhetik« von 1973²² – der Frage nach Bedeutung und Gewichtung der verschiedenen Produktfunktionen nach. Dabei stand insbesondere die im Funktionalismus vernachlässigte (formal-) ästhetische und symbolische Funktion im Vordergrund, um für den Designprozess abgesicherte Erkenntnisse über Mensch-Objekt-Beziehungen zu erlangen. Der »ästhetische Aspekt von Gestaltung« sollte »von einer ›Kunst‹, deren Qualität allein vom mehr oder weniger genialen Individuum abhängt, weiter in Richtung einer Wissenschaft« entwickelt werden²³ und das erzeugte Wissen in Zukunft eine Referenz für gestalterische Entscheidungen bieten.

Die Neubestimmung der Produktfunktionen erfolgte in Anlehnung an den Prager Strukturalisten Jan Mukařovský, der in seiner Schrift »Kapitel aus der Ästhetik« eine Funktionstypologie für Objekte skizziert hatte.²⁴ Dabei ging er von der Prämisse aus, dass Objekte nicht als solche zu betrachten seien, sondern immer in ihrer Relation zum Subjekt: dem Konsumenten oder Rezipienten. Dies bildete Gros in einem Begriffsbaum ab **1**, an dessen Spitze er die Relation zwischen Designobjekt (DO) und Konsument (K) positionierte. Diese Relation wurde einerseits in die unmittelbaren bzw. praktischen Funktionen (Fp) und andererseits die zeichenhaften Funktionen (Fz) unterteilt; Letztere wiederum gliederten sich in die ästhetische (Fä) und die symbolische Funktion (Fs).²⁵

Für die wissenschaftliche Fundierung der (formal-)ästhetischen Funktion rekurrierte Gros auf die wahrnehmungs- und gestaltpsychologische Ästhetikforschung, u. a. die Arbeiten des Kunstpsychologen Rudolf Arnheim, des britisch-kanadischen Psychologen Daniel Berlyne und die seiner Kommilitonen am IUP, Hanno Eheses und Gerhard Wiesenfarth.²⁶ Stichhaltig belegten diese Forschungsarbeiten, dass Objekte nicht per se – entsprechend dem damals maßgeblichen Leitbild der Guten Form – ein möglichst hohes Maß an Ordnung aufweisen sollten. Vielmehr könnte in bestimmten Kontexten eine mittlere oder hohe Komplexität bzw. Gestalt-höhe dem menschlichen Bedürfnis nach Anregung und Reizvielfalt besser entsprechen. Für die Begründung der symbolischen Funktion bildeten indessen die Arbeiten von Alfred Lorenzer und Susanne K. Langer zur Symboltheorie eine Grundlage.²⁷



1 Produktfunktionen nach Jochen Gros (1973), angelehnt an die Typologie von Jan Mukařovský (1970).

- DO = Designobjekt
- K = Konsument
- Fz = zeichenhafte Funktionen
- Fp = praktische Funktionen
- Fs = symbolische Funktion
- Fä = ästhetische Funktion

Um die Relevanz der verschiedenen Produktfunktionen für die Konsumenten und ihre Gewichtung im Designentwurf näher zu bestimmen, griff Gros auf die Bedürfnispyramide von Abraham Maslow zurück.²⁸ Denn in den konsumkritischen 1970er-Jahren, in denen Design nicht zuletzt durch Wolfgang Fritz Haugs »Kritik der Warenästhetik« unter dem Generalverdacht stand, lediglich »Styling« und »Produktkosmetik« zu betreiben, erforderte die Legitimation von nicht praktischen Produktfunktionen eine fundierte psychologische und sozialpsychologische Begründung.²⁹ Die von Maslow in der Pyramide als primäre Notwendigkeit zuunterst positionierten physiologischen Bedürfnisse des Menschen sah Gros, hierin Mukařovský folgend, mittels der praktischen Produktfunktionen abgedeckt. Bei der Befriedigung aller weiteren »höheren« Bedürfnisse – wie Sicherheit, Gruppenzugehörigkeit, Objektbesetzung, Status, Selbstverwirklichung, Neugier, Welterkenntnis und ästhetische Bedürfnisse – sah er jedoch die symbolische und ästhetische Produktfunktion beteiligt oder sogar alleine zuständig. Weiterhin dienten eigens durchgeführte empirische Untersuchungen, z. B. Tiefeninterviews mit Probandinnen und Probanden, freie Assoziationen, Assoziations- und Projektionstests sowie das Semantische Differential dazu, die Wahrnehmung, das Symbolverständnis sowie das Ge- oder Missfallen von Objekten seitens der Testpersonen besser zu verstehen.³⁰ Zugleich konnte die Brauchbarkeit dieser Methoden und ihrer Ergebnisse im Gestaltungsprozess eruiert werden, etwa für die Überprüfung, ob ein Entwurf die intendierte Wirkung hat, oder für die Auswahl zwischen alternativen Prototypen.³¹

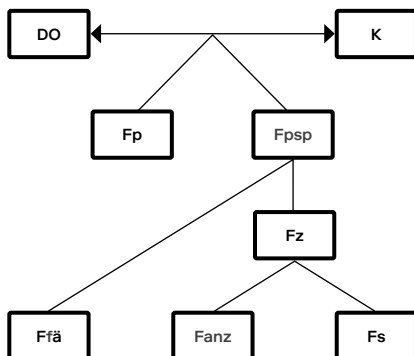
Aufbruchstimmung an der HfG Offenbach und Konsolidierung des Theorieansatzes

Nach seiner Berufung an die Hochschule für Gestaltung Offenbach 1974 entwickelte Gros – in Kooperation mit dem Kollegium des Fachbereichs Produktgestaltung wie auch in Seminaren und Projektarbeiten mit den Studierenden – die verschiedenen Theoriebausteine aus seinen früheren Arbeiten zum Offenbacher Ansatz weiter. Dass sich mehrere Professorinnen und Professoren und auch die Studierenden³² auf eine solche Zusammenarbeit einließen und einvernehmlich zu einem Resultat kamen, gehört sicherlich zu den Sternstunden einer Hochschule. Befeuert wurde dieser mehrjährige Prozess zum einen durch die Hochschulreform; die ehemalige Offenbacher Werkkunstschule war 1970 durch ministeriellen Erlass als Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main neu gegründet worden und erhielt nun – als eine den Technischen Hochschulen gleichgestellte Kunsthochschule des Landes Hessen – den Auftrag zu einer »künstlerischen und wissenschaftlichen Ausbildung« der Studierenden.³³ Dies verpflichtete die ehemals drei Fachbereiche Architektur, Grafik und Produktgestaltung zum Auf- und Ausbau des wissenschaftlich-theoretischen Studienangebots sowie zum Erlass einer Diplomprüfungsordnung. Zum anderen begünstigte die damalige allgemeine Krise in der bundesdeutschen Designausbildung die Neuorientierung. So beklagte zum Beispiel Arianna Giachi in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung nicht nur eine »Überproduktion von Designern«, sondern auch »immer diffuser und undefinierbarer« werdende Studieninhalte; und die Form berichtete von einer Veranstaltung des Verbandes Deutscher Industrie Designer (VDID) zur »Neuorientierung von Design und Design-Ausbildung«. ³⁴ Der neue Hochschulstatus der HfG Offenbach wie auch die Ausbildungskrise motivierten das Offenbacher Kollegium, mit einem spezifischen Theorieansatz der Krise der Disziplin zumindest im eigenen Haus zu begegnen und sich mit einem fundierten Lehrangebot gegenüber anderen Ausbildungsstätten zu profilieren.

Ein wichtiger Ausgangspunkt für die Entwicklung des neuen designtheoretischen Ansatzes war die Klärung seiner wissenschaftstheoretischen Grundlagen. So etwas war bisher bei keiner der als solche titulierten ›Designtheorien‹ bedacht worden; doch Siegfried Maser hatte in seinen Vorlesungen am IUP vermittelt, dass wissenschaftliche Theoriebildung in jeder Disziplin grundsätzlich auf drei Pfeilern ruht: auf der widerspruchsfreien Definition eines Erkenntnisgegenstands, über den neues Wissen erzeugt werden soll; auf dem Ausweis geeigneter Erkenntnismethoden, mit denen dieses Wissen erzeugt werden kann; und auf der Benennung eines Erkenntnisziels, das angibt, was durch die Theoriebildung verbessert werden soll.³⁵ Maser selbst hatte sich am IUP und später an der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste Braunschweig klar für die Entwicklung einer transklassischen Designtheorie ausgesprochen. Gros und das Offenbacher Kollegium priorisierten jedoch Designtheorie als eine klassische Disziplin zu konstituieren, in der disziplinäres Wissen für die Begründung und Kritik konkreter gestalterischer Entscheidungen in der Designpraxis entwickelt und in Fachbegriffe gefasst wird. Denn in der inter- und transdisziplinären Teamarbeit seien Designer und Designerinnen nur dann glaubwürdig, wenn sie fachspezifische Kompetenzen einbringen könnten.

Erstmals veröffentlicht wurden die Überlegungen zu einem solchen disziplinären, praxisnahen Theorieansatz, zu seinem Erkenntnisgegenstand, zu Begriffen, Erkenntnismethoden und zielen 1976 in der Zeitschrift form im ersten Teil der zweiteiligen Artikelfolge »Sinn-liche Funktionen im Design«. ³⁶ Dabei war der Begriff des »Sinn-lichen« gemeint als Anspielung auf die beiden im Designentwurf idealerweise angelegten Dimensionen des rational Sinnvollen und des emotional Sinnlichen, was in der Rezeption aber zumeist übersehen oder missverstanden wurde. Im zweiten Teil des Artikels folgte die Analyse von konkreten Produktbeispielen zur exemplarischen Veranschaulichung der theoretischen Begriffe und Hypothesen. Vergleicht man den Begriffsbaum der Produktfunktionen, den Gros in seiner Diplomarbeit entworfen hatte, mit jenem im form-Artikel, so fallen wichtige Revisionen auf. ³⁷ Die an Mukařovský angelehnte Funktionstypologie war angepasst und um die von Susanne Langer getroffene Unterscheidung zwischen Anzeichen und Symbolen erweitert worden. Und die ästhetische Funktion wurde nun als formalästhetische bzw. formale (oder syntaktische) Funktion definiert und folgerichtig nicht mehr den zeichenhaften Funktionen zugeordnet.

Man darf vermuten, dass bei der Weiterentwicklung und Konsolidierung des Offenbacher Ansatzes vor allem der Austausch mit Kollege Richard Fischer fruchtbar war und die Ergänzung der Anzeichenfunktion ihm zuzuschreiben ist. ³⁷ Fischer, der nach seinem Studium an der HfG Ulm und einer mehrjährigen Berufspraxis in der



❶ Produktfunktionen nach Jochen Gros (1973), angelehnt an die Typologie von Jan Mukařovský (1970) mit den Produktfunktionen des Offenbacher Ansatzes nach Jochen Gros (1976).

DO = Designobjekt
 K = Konsument
 Fp = praktische Funktionen
 Fpsp = produktsprachliche Funktionen
 Fz = zeichenhafte Funktionen
 Ffä = formalästhetische Funktionen
 Fanz = Anzeichenfunktionen
 Fs = symbolische Funktionen

(Anpassungen n. 1976 in der Darstellung grau hervorgehoben).

Designabteilung der Braun AG bereits seit 1968 in Offenbach lehrte, verstand sich – wie er später selbst sagte – als ein »funktionalistischer Designer«³⁸. Dennoch nahm er Anstoß an einer minimalistischen Gestaltung, die Gebrauchsgegenstände im Sinne einer falsch verstandenen Guten Form auf einfache geometrische Grundformen reduzierte, sodass man ihren praktischen Gebrauchszweck und ihre Handhabung nicht mehr an ihrer Form ablesen kann.³⁹ Für derartige gestalterische Problemstellungen zu sensibilisieren und sie in der Lehre auch begrifflich klar benennen und fundiert bewerten zu können, war für Fischer ausschlaggebend, sich mit der Gestaltung von Anzeichen an Produkten näher zu befassen und die Anzeichenfunktion als Forschungs- und Lehrgebiet an der HfG Offenbach aufzubauen.

Da, wie erwähnt, der Begriff der »sinn-lichen« Funktionen nicht gut verstanden wurde, erfolgte Ende der 1970er-Jahre eine Umbenennung in »produktsprachliche« Funktionen. Trotz Kritik an der Metaphorik wurde an dieser festgehalten, denn sie half in der Lehre, die mit Produkten verbundene nonverbale Kommunikation leicht verständlich zu vermitteln.⁴⁰ Die auf die Publikation in der Zeitschrift form als vierbändige Schriftenreihe geplante Folgepublikation erschien ab 1983 unter dem Titel »Grundlagen einer Theorie der Produktsprache«⁴¹. In den Bänden »Einführung«, »Anzeichenfunktionen« und »Symbolfunktionen« wurde der über die Jahre sich anreichernde Stand des Wissens zu den einzelnen Bereichen detailliert dargelegt. Abgesehen von der Umbenennung gab es keine fundamentalen Änderungen gegenüber früheren Veröffentlichungen – wohl aber blieb eine Lücke. Der der Formalästhetik vorbehaltende Band 2 wurde nie verfasst, da Dieter Mankau seinem Lehrgebiet über die Jahre hinweg immer zwiespältiger gegenüberstand. Er fürchtete eine »Überbewertung« des formalen Aspekts, der »das Dekorative, die Oberfläche, das Kurzlebige, die große Inszenierung, das Zelebrieren von Produktwelten« betone und dort steckenbleibe.⁴² Mit anderen Worten: Er sah die Gefahr eines Formalismus, bei dem das Spiel mit den formalen Gestaltungsmitteln zum Treiber für neue Entwürfe wird – und nicht mehr der Inhalt an erster Stelle steht: der Sinn und Zweck der Produkte angesichts sich verändernder Kontexte wie etwa technologischer Fortschritt, sozialer und kultureller Wandel oder die Umweltkrise. Doch für die Diskussion solch aktueller Themen und ihre Resonanz im Designbereich bestand am Fachbereich immer eine große Offenheit. Dies belegen Symposien und Veröffentlichungen ebenso wie Studien- und Abschlussarbeiten.⁴³ Beachtet man diese Priorität der Inhalte, so ist eine Reflexion der ihnen angemessenen Formen, eben das Zusammenwirken der formalen Funktion mit der Anzeichen- und der Symbolfunktion, ebenfalls angezeigt. Denn bei der Umsetzung von Inhalten ins Zeichenhafte liegt die Zuständigkeit für die formale Ausgestaltung letztlich alleinig bei den Designerinnen und Designern.

Ogleich die Schriftenreihe »Grundlagen einer Theorie der Produktsprache« nicht in einem Verlag erschien, fand sie weite Verbreitung in der Design Community und darüber hinaus, zum Beispiel in den Wirtschaftswissenschaften.⁴⁴ Nicht zuletzt dürfte die Buchpublikation »Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung« von Bürdek⁴⁵ zur internationalen Rezeption des Offenbacher Ansatzes beigetragen haben.

Die Entwicklung der Theorie in Designlehre und -praxis

Die vom Offenbacher Ansatz der Gestalt-, Symbol- und Zeichentheorie entlehnten theoretischen Begriffe des Konstitutionssystems und ihre verbalsprachliche Definition sind eine Sache – der Transfer auf Problemstellungen des Designs jedoch

eine andere. Wenn, einem Aperçu von Maser folgend, »Theorie ohne Praxis [...] leer« ist,⁴⁶ dies aber nicht bleiben soll, ist letztlich ein Brückenschlag zwischen beidem notwendig. Erforderlich ist eine hermeneutische Auslegung der theoretischen Begriffe in enger Anbindung an Problemstellungen und Fallbeispiele aus der gestalterischen Praxis. In diesem Sinne wurde der von Susanne K. Langer entlehnte Anzeichenbegriff von Richard Fischer im Designkontext so interpretiert, dass Anzeichen die Rezipienten und Rezipientinnen über das Produkt selbst, über seine praktisch-technischen Funktionen, seine Handhabungs- und Bedienungsweise, Wertigkeit, Stabilität u. a. informieren. Offensichtlich überschneidet sich das Konzept der Anzeichenfunktion hinsichtlich der Funktionsanzeichen mit dem Konzept der Affordances, das auf James J. Gibson zurückgeht und von Donald A. Norman, Klaus Krippendorff u. a. in den Design- und Human-Computer-Interaction-Diskurs eingeführt wurde.⁴⁷ Doch während Affordances nur die »vom Material oder vom Gegenstand selbst vorgegebenen Nutzungsmöglichkeiten«⁴⁸ umfassen, also erkennen lassen, wofür und wie ein Objekt benutzt werden kann, weist der Anzeichenbegriff darüber hinaus: Er erlaubt es, nicht unwesentliche Eigenarten wie zum Beispiel die Material- und Verarbeitungsqualität (hochwertig, minderwertig etc.) oder die Herstellungstechnik (industriell, handwerklich etc.) eines Produkts in die Betrachtung einzubeziehen.

Die neben den Anzeichen zu den zeichenhaften Funktionen gehörenden Symbole, die Langer als »Vehikel für die Vorstellung von Gegenständen« definierte – gemeint sind geistige Gegenstände⁴⁹ – waren das Forschungs- und Lehrgebiet von Jochen Gros. Er stellte sie im Designkontext in einen Zusammenhang mit Werthaltungen und dem Stilbegriff: mit dem identitätsstiftenden, emotional besetzten symbolischen Ausdruck von Lebensstilen, Brands, Epochenstilen und fluiden, postmodernen Partialstilen sowie mit Produkthanmutungen. Hier zeigte die vom Verständnis Langers und Lorenzers abgeleitete Konzeption des Symbolbegriffs ihre besondere Stärke. Da beide Autoren Symbolbildung und -deutung mit der freien Assoziation des Individuums verbanden, öffnete dies den Begriff für subjektive und veränderliche Bedeutungsinhalte, ohne jedoch kulturell verbindlichere Bedeutungszuschreibungen dadurch auszuschließen. Für das Verständnis differenter Deutungen eines Produkts durch die verschiedenen sozialen Gruppen und Milieus wie auch für die Wahrnehmung des ständigen Bedeutungswandels von Produkten und Produktkultur ist dies gewiss entscheidend.

Die sukzessive Weiterentwicklung der Theorie, d. h. ihre weitere begriffliche Differenzierung und Konkretisierung sowie ihre induktive Anreicherung mit Fallbeispielen, erfolgte bei Fischer wie auch bei Gros mittels Analyse von einzelnen Produkten und designrelevanten Trends, in Diskussionen mit Studierenden über ihre Entwurfsprojekte und nicht zuletzt durch die eigene gestalterische Praxis. So arbeitete Fischer, parallel zu seiner Lehrtätigkeit, auch als freiberuflicher Designer mit Schwerpunkt auf technischen Produkten, wie etwa Investitionsgüter, Heimtrainer, Phonogeräte oder die Kleinbildkamera Minox-35 EL. Seine intensive Auseinandersetzung mit den Aufträgen lieferte durchaus das eine oder andere Lehrstück: So ging beispielsweise die Minox-Kamera, bei der typische Anzeichen für »Leistungsfähigkeit« und »Präzision« zurückgenommen wurden zugunsten der Botschaft, dass sie »taschengerecht« sei, als Beispiel für eine Bedeutungsverschiebung von Anzeichen in die Präzedenzfall-Sammlung ein.⁵⁰

Für Gros hingegen standen bei seiner Entwurfstätigkeit von Anfang an politisch-emanzipatorische Anliegen im Vordergrund, die sich in der Symbolik der Produkte niederschlugen. Denn wie in seiner Diplomarbeit zu lesen ist, könne Symbolik »sowohl affirmativ als auch verändernd wirken«.⁵¹ Als Mitbegründer der

Des-In-Gruppe, zu der er sich 1973 als Reaktion auf die gerade publik gewordenen »Grenzen des Wachstums«⁵² mit sechs Studierenden zusammentat, setzte er auf dieses mögliche emanzipatorische Potenzial der Produktsymbolik. Die aus Recyclingmaterialien und Halbzeugen in Kleinserie gefertigten Produkte von Des-In sollten einen »alternativen« Lebensstil und die ihm zugrunde liegende Werthaltung zum Ausdruck bringen, eine gesellschaftspolitische Strömung sichtbar machen und auch (ver)stärken. In Stildiskussionen ließ sich Des-In gut als Präzedenzfall anführen; ebenso ließen sich anhand von Phänomenen wie Military- und Profi-Look, Memphis, dem Neuen Deutschen Design oder der Rehabilitierung des Ornaments tiefer liegende Zusammenhänge zwischen der Produktsprache von Objekten und dem gesellschaftlichen, kulturellen oder technologischen Wandel ergründen.⁵³ Das (design-)theoretische Interesse und die gestalterische Herausforderung als Reaktion auf erkennbare Probleme der Lebenswelt waren bei Gros immer miteinander verknüpft – beim Des-In-Experiment ebenso wie bei seiner Forschung am C-Labor⁵⁴ der HfG Offenbach, bei welcher der durch die digitale Technologie angetriebene Wandel von Produkt- und Produktionsstil im Zentrum stand.

Insgesamt zielten Theorie- und Begriffsbildung sowie ihre Veranschaulichung durch Präzedenzfälle auf eine Verbesserung der Designlehre und -praxis ab: Gestaltende sollten bei einer differenzierten Wahrnehmung unterstützt werden; sie sollten die Wirkung und die zeichenhaft vermittelte Bedeutung eines Objekts im Zusammenhang mit den formalen Gestaltungsmitteln (d. h. Form, Farbe, Material, grafische Zeichen) erkennen und die Produktsprache eines Objekts (aus der Perspektive der Zielgruppe) reflektieren können. Statt ausschließlich intuitiv zu arbeiten, sollten sie die Gestaltungsmittel bewusst wählen und Entwürfe intersubjektiv nachvollziehbar begründen können.

Bis Anfang der 2000er-Jahre wurde der Offenbacher Ansatz vom gesamten Kollegium des Fachbereichs Produktgestaltung mitgetragen: Außer Gros und Fischer nahmen auch Lore Kramer, Siglinde Spanihel, Petra Kellner, Peter Matthes und Stefan Heiliger in ihren Lehrveranstaltungen und bei der Betreuung von Entwurfsprojekten selbstverständlich darauf Bezug.⁵⁵ Angefangen bei den Einführungsworkshops im 1. Semester,⁵⁶ über Gros' Designtheorie-Vorlesungen sowie die von ihm, Richard Fischer und Dieter Mankau geleiteten einwöchigen Vertiefungsseminare, die separat voneinander die Symbol-, die Anzeichenfunktion und die Formalästhetik in Theorie und Praxis behandelten und im Grund- wie auch im Hauptstudium Pflichtveranstaltungen waren, bis hin zu den Produktentwürfen und der Diplomarbeit: Die Theorie der Produktsprache einschließlich ihrer Methoden war während des gesamten Studiums ein Referenzpunkt. Sie wurde bei der Analyse und Kritik bereits bestehender Produkte und gestalterischer Trends deskriptiv angewandt.⁵⁷ Und bei Entwurfsprojekten wurde sie von uns Studierenden auch präskriptiv genutzt, um für ein Projekt vorab Anforderungen und Ziele zu definieren und während des Entwurfsprozesses überprüfen zu können. So übten wir eine bestimmte, durch den Offenbacher Ansatz vorgeprägte Sichtweise ein und verinnerlichten sie schließlich. Ein »Graben« zwischen abstrakter Theorie und ihrer Anwendung in der Entwurfspraxis, wie er an anderen Designhochschulen bis heute wahrgenommen und diskutiert wird, bestand für uns nicht. Zum einen dürfte dies auf die Art und Weise zurückzuführen sein, wie an der HfG Offenbach theoretisiert und praktiziert wurde, zum anderen auch darauf, dass im Kollegium keine strikte Trennung zwischen »Theorie«- und »Praxis«-Dozierenden bestand; alle hatten von beidem ein hinreichendes Verständnis. Das prägte die Absolventinnen und Absolventen, die inzwischen an der HfG Offenbach und anderswo den Staffeltab übernommen haben.⁵⁸

↳

- 1 Der Titel dieses Beitrags ist angelehnt an die Schrift der Philosophin Susann K. Langer »Philosophie auf neuem Wege«, die für die Theorie der Produktsprache eine Grundlage bildete. Langer, Susann K.: *Philosophy in a new key: A study in the symbolism of reason, rite, and art*. Cambridge, MA 1942 (dt.: *Philosophie auf neuem Wege*. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst. Frankfurt/Main 1965).
- 2 Vgl. z. B. Vihma, Susann: *Products as representations. A semiotic and aesthetic study of design products*. Diss. Helsinki 1995. Müller, Wim: *Order and meaning in design*. Utrecht 2001. Heffler, Gerhard: *Design basics: von der Idee zum Produkt*. Sulgen 2004, 2009. Gotzsch, Josiena: *Product talk*. In: *The Design Journal*, Nr. 2, 9. Jg., 2006, S. 16–24. Misselhorn, Catrin: Die symbolische Dimension der ästhetischen Erfahrung von Kunst und Design. In: Nida-Rümelin, Julian; Steinbrenner, Jakob (Hg.): *Kunst und Philosophie*. Ostfildern 2010, Bd. 1, S. 75–96. Mareis, Claudia: *Theorien des Designs zur Einführung*. Hamburg 2014. Roth, Mareike; Saiz, Oliver: *Emotion gestalten: Methodik und Strategie für Designer*. Basel 2014. Breuer, Gerda; Eisele, Petra (Hg.): *Design. Texte zur Geschichte und Theorie*. Stuttgart 2018.
- 3 Mareis 2014, S. 96.
- 4 Vgl. hierzu Breuer; Eisele 2018, S. 146. Die Herausgeberinnen beziehen sich bei der Charakterisierung der Postmoderne auf Bruno Latour.
- 5 Vgl. z. B. Park, June H.: *Wie beeinflusst die Semiotik die Designwissenschaft und wie hat das Design die Semiotik beeinflusst?* In: Romero-Tejedor, Felicidad; Jonas, Wolfgang (Hg.): *Positionen zur Designwissenschaft*. Kassel 2010, S. 182–185, hier S. 183.
- 6 Maldonado, Tomás: *Kommunikation und Semiotik*. In: *ulm 5*, Vierteljahresbericht der Hochschule für Gestaltung Ulm. Juni 1959, S. 1–10.
- 7 Bonsiepe, Gui: *Visuell/verbale Rhetorik*. In: *ulm 14/15/16*, Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung. 1965, S. 23–40. Ders.: *Semantische Analyse*. In: *ulm 21*, Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung. 1968, S. 35–38.
- 8 Vgl. Walther, Elisabeth: *Unsere Jahre in Ulm: 1953 bis 1958, 1965 und 1966*. In: Rinker, Dagmar u. a. (Hg.): *Ulmer Modelle – Modelle nach Ulm*. Hochschule für Gestaltung 1953–1968, Ostfildern-Ruit 2003, S. 90–93.
- 9 Krippendorff, Klaus: *Über den Zeichen- und Symbolcharakter von Gegenständen. Versuch einer Zeichentheorie für die Programmierung von Produktformen in sozialen Kommunikationsstrukturen*. Diplomarbeit Hochschule für Gestaltung Ulm 1961.
- 10 Dreyer, Claus: *Semiotik und Ästhetik in der Architekturtheorie der sechziger Jahre*. In: Gethmann, Daniel; Hauser, Susanne (Hg.): *Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science*. Bielefeld 2009, S. 179–201, hier S. 180f.
- 11 In seiner Arbeit »Dialektik der Gestaltung« grenzt Gros sein Symbolverständnis explizit vom »Zeichenbegriff im Sinne Ch. S. Peirce und G. Klaus« ab. Vgl. Gros, Jochen: *Dialektik der Gestaltung*, Zwischenbericht 2. Hg. vom Institut für Umweltplanung Ulm der Universität Stuttgart WS 1970/71. Anm. 63, S. 64. Roland Barthes Werk »Mythologies« von 1957 erschien in der deutschen Übersetzung »Mythen des Alltags« 1964. Barthes Vortrag »Semantik des Objekts« von 1964 wurde erst 1988 in der Aufsatzsammlung »Das semiologische Abenteuer« in deutscher Sprache veröffentlicht. Umberto Eco's Werk »Opera Aperta« von 1962 wurde 1973 in deutscher Sprache unter dem Titel »Das offene Kunstwerk« publiziert; seine Schrift »Segno« von 1973 erschien 1977 unter dem Titel »Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte«.
- 12 Vgl. Dreyer 2009, S. 181.
- 13 Bürdek, Bernhard E.: *From function to meaning: In the long run everything is design*. In: Vidal, Francesca (Hg.): *Ernst Bloch und das Bauhaus: gestern und heute*. Mössingen-Talheim 2008, S. 151–174.
- 14 Zur Verlagerung des Fokus vom funktionalistischen Paradigma auf die Zeichenhaftigkeit und Bedeutung von Designartefakten trugen Kollegen und Kolleginnen in den USA und in den nordischen Ländern maßgeblich bei. Ab 1984 waren die HfG Ulm-Alumni Klaus Krippendorff und Reinhart Butter aktiv, die inzwischen Professuren für Kommunikation an der Pennsylvania Universität bzw. für Transportation Studies am Industrial Design Department der Ohio State Universität innehatten. Mit Workshops und Publikationen machten sie ihren Ansatz der Product Semantics in der Design Community bekannt. Gemeinsam mit Uri Friedländer, Michael McCoy und John Rheinfrank veranstalteten sie Workshops u. a. an der Cranbrook Academy of Art, an der Philips Corporate Design Abteilung (vgl. Butter, Reinhart: *Product Semantics für Philips Designer*. In: *form*, Zeitschrift für Gestaltung, 110, 1985, S. 72) und an der University of Art and Design Helsinki (vgl. Kutschinski-Schuster, Birgit: *Product Semantics 89*. In: *form*, Zeitschrift für Gestaltung, 127, 1989, S. 88. Butter, Reinhart: *The Semantic Interface – der Workshop zur Konferenz*. In: *form*, Zeitschrift für Gestaltung 148, 1994, S. 108–109). Als Gast-Herausgeber gaben sie in zwei Zeitschriften einen Überblick über Ansätze in den verschiedenen Designfeldern: Zum einen in *Innovation. The Journal of the Industrial Designers Society of America* (Spring 1984), die sich vornehmlich an professionelle Designer und Designerinnen wandte. Die Zeitschrift umfasste Beiträge von Klaus Krippendorff und Reinhart Butter, Jochen Gros, Uri Friedländer, Michael McCoy, Hans-Jürgen Lannoch, George Burden, Stefan Lengyel und Attila Bruckner sowie John Rheinfrank. Zum anderen gaben Krippendorff und Butter eine Ausgabe der wissenschaftlich ausgerichteten *Design Issues* (5/2, 1989) heraus, mit Beiträgen von Robert I. Blaich, Klaus Krippendorff, Helga und Hans-Jürgen Lannoch, Reinhart Butter, Uday Athavankar, S. Balaram, Lisa Krohn und Michael Mc Coy, Gerda Smets sowie Martin Krampen. Auch in der Folgezeit propagierte Krippendorff sein Konzept der Product Semantics (vgl. *Design muss Sinn machen*. Zu einer neuen Design-Theorie. In: *hfg-forum* 14, 1989. Hg. v. Rektor der Hochschule für Gestaltung Offenbach/Main. S. 24–30). Er grenzte das Konzept scharf von einer Design-Semiotik ab (vgl. hierzu Krippendorff, Klaus: *Wenn ich einen Stuhl sehe – sehe ich dann wirklich nur ein Zeichen?* In: *formdiskurs* 2, 1998, S. 98–107). 2006 erschien Krippendorffs viel beachtetes Buch »The semantic turn. A new foundation for design« (New York; dt. Ausgabe: *Die semantische Wende*. Basel 2013). In Finnland engagierte sich vor allem Susann Vihma, die an der University of Industrial Arts Helsinki in ihrer Dissertation die Peirce'sche Semiotik zu einer Design-Semiotik ausarbeitete (vgl. Vihma, Helsinki 1995). Sie richtete internationale Symposien mit Begleitpublikationen aus (vgl. Vihma, Susann (Hg.): *Form and vision. Articles and writings from the International UIAH '87 Conference at the University of Industrial Arts in Helsinki*, 06.–09.01.1987. Vihma, Susann (Hg.): *Semantic visions in design. Proceedings from the Symposium on Design Research in Semiotics*. 17.–18.05.1989 at the University of Industrial Arts Helsinki 1989. Vihma, Susann (Hg.): *Objects and images. Studies in design and advertising*. University of Industrial Arts Helsinki 1992. Vihma, Susann; Tahkokallio, Päivi (Hg.): *Design – pleasure or responsibility? Selected and edited articles from the International Conference on Design*. 21.–23.06.1994. Vihma, Susann (Hg.): *Design semiotics in use*. Publication Series of the Aalto University, School of Art and Design, Helsinki 2010). Weiterhin baute Vihma an der UIAH ab 2000 die Design Semiotics Research Group auf sowie – gemeinsam mit Kollegen von der Chalmers University of Technology in Göteborg – das Forschungszentrum Nordcode (www.nordcode.net), das seit 2003 in den nordischen Ländern regelmäßig Seminare zu Designforschung und den kommunikativen Aspekten von Design durchführt. Um Forschende aus den Bereichen Design und Semantik von Form und Bewegungen miteinander in Kontakt zu bringen und den internationalen Austausch von Forschungsergebnissen zu unterstützen, riefen Steven Kyffin, Loe Feijs u. a. 2005 die DeSForM Conference ins Leben. Unterstützt vom Industrial Design Department der TU Eindhoven, der School of Design der Northumbria University und Philips Design findet die Konferenz seither alle ein bis zwei Jahre statt.
- 15 Vgl. Maser, Siegfried: *Gestaltung, Umweltplanung, Experiment*. In: Spitz, René; HfG, IUP, IFG. Ulm 1968–2008. Hg. vom Internationalen Forum für Gestaltung IFG Ulm. Ulm 2012, S. 70–74, hier S. 71. Vgl. zu Geschichte und Tätigkeit des IUP weiterhin Eisele, Petra: *Deutsches Design als Experiment. Theoretische Neuansätze und praktische Manifestationen seit den sechziger Jahren*. Diss. Hochschule der Künste Berlin 2000, S. 65–78.
- 16 Zu Vorgeschichte, Kontext und Entwicklung des Offenbacher Ansatzes und den Arbeiten von Jochen Gros vgl. auch Schwer, Thilo: *Produktsprachen. Design zwischen Unikat und Industrieprodukt*. Bielefeld 2014, S. 23–91.

- 17 Gros, WS 1970/71. Diese als »Zwischenbericht 2« publizierte Schrift ist weitestgehend identisch mit der als »Diskussionspapier 3« im Oktober 1971 veröffentlichten Schrift, die ebenfalls den Titel »Dialektik der Gestaltung« trägt. Beide unterscheiden sich darin, dass das Diskussionspapier einen Anhang mit Thesen zu »Ornament und Bedürfnis« enthält und Kapitel 9 mit »dialektischer Funktionalismus« überschrieben ist. Indessen enthält der Zwischenbericht ein Vorwort von Martin Krampen, verzichtet auf den Anhang und – Gros' weitere Arbeiten antizipierend – betitelt Kapitel 9 »weiterer Funktionalismus«.
- 18 Bürdek, Bernhard E.: Design Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. Köln 1991, S. 42. Curdes, Gerhard: Die gesellschaftliche Relevanz des Ulmer Modells. In: Spitz 2012, S. 61.
- 19 Mitscherlich, Alexander: Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden. Frankfurt/Main 1965. Lorenzer, Alfred: Kritik des psychoanalytischen Symbolbegriffs. Frankfurt/Main 1970. Berndt, Heide; Lorenzer, Alfred; Horn, Klaus: Architektur als Ideologie. Frankfurt/Main 1970. Adorno, Theodor W.: Funktionalismus heute. In: Ohne Leitbild. Frankfurt/Main 1965, S. 104–127. Marcuse, Herbert: Triebstruktur und Gesellschaft. Frankfurt/Main 1955.
- 20 Vgl. hierzu Moles, Abraham: Die Krise des Funktionalismus. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 41, 1968, S. 36. Nehls, Werner: Die heiligen Kühe des Funktionalismus müssen geopfert werden. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 43, 1968, S. 4. Seeger, Hartmut: Funktionalismus im Rückspiegel des Design. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 43, 1968, S. 10–11. Seeger, Hartmut: Syntaktik und Semantik. Zur Praxis und Pädagogik des Design. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 46, 1969, S. 34–36. Müller-Krauspe, Gerda: Opa Funktionalismus ist tot. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 46, 1969, S. 29–33.
- 21 Eisele 2000, S. 73.
- 22 Diese beiden Arbeiten entstanden am Fachbereich für experimentelle Umweltgestaltung an der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste (SHfBK) Braunschweig. Jochen Gros war nach vier Semestern am IUP seinem Mentor Siegfried Maser gefolgt, der Ende September 1971 das IUP verlassen hatte und ab Oktober 1971 an der SHfBK Braunschweig den ersten Diplomstudiengang für Design in Deutschland mitaufbaute. Vgl. Gros, Jochen: Empirische Ästhetik. Semesterarbeit an der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, Fachbereich Experimentelle Umweltgestaltung 1972. Gros, Jochen: Erweiterter Funktionalismus und Empirische Ästhetik. Diplomarbeit an der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, Fachbereich Experimentelle Umweltgestaltung 1973. Zur damaligen Situation am IUP und an der SHfBK Braunschweig siehe den Rückblick von Siegfried Maser: Gestaltung, Umweltplanung, Experiment. In: Spitz 2012, S. 70–74.
- 23 Gros 1973, S. 119.
- 24 Mukařovský, Jan: Kapitel aus der Ästhetik. Frankfurt/Main 1970, S. 130ff.
- 25 Gros 1972, S. 15. Gros 1973, S. 19.
- 26 Vgl. Arnheim, Rudolf: Anschauliches Denken. Köln 1972/1996. Berlyne, Daniel E.: Conflict, Arousal, and Curiosity, New York, Toronto, London 1960. Ehse, Hanno; Wiesenfarth, Gerhard: Gestaltreinheit und Gestalthöhe. Überlegungen zu G.D. Birkhoff und Chr. v. Ehrenfels innerhalb einer exakten Ästhetik. Diskussionspapier 4. Hg. vom Institut für Umweltplanung Ulm der Universität Stuttgart 1972.
- 27 Lorenzer, Alfred: Kritik des psychoanalytischen Symbolbegriffs. Frankfurt/Main 1970. Langer, Susanne K.: Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst. Frankfurt/Main 1984. (Original: Philosophy in a new key. A study in the symbolism of reason, rite, and art. Cambridge, MA 1942).
- 28 Maslow, Abraham: Motivation and Personality. New York 1954.
- 29 Haug, Wolfgang Fritz: Kritik der Warenästhetik. Frankfurt/Main 1971.
- 30 Vgl. Gros 1973, S. 46ff.
- 31 Vgl. Gros 1972, S. 121f. sowie Gros 1973, S. 116ff.
- 32 Engagierte Studierende verlegten in den 1970er-Jahren die hochschulinterne Zeitschrift *desin*. Zeitschrift für Gestalter, in der sie sich u. a. mit der damaligen Studiensituation und der Theorieentwicklung am Fachbereich Produktgestaltung auseinandersetzten. Professorinnen und Professoren der HfG Offenbach und anderer Hochschulen wurden ebenfalls zu Textbeiträgen eingeladen.
- 33 Vgl. Hefler, Martina; Jankowski, Adam: Archäologien einer Institution. Von der langen und der kurzen Geschichte der HfG. In: »Gestalte/Create – Design Medien Kunst«. 175 Jahre HfG Offenbach 1832 | 1970 | 2007. Hg. von Bernd Kracke, Präsident der Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main. Ludwigsburg 2007. S. 454–473, hier S. 462.
- 34 Vgl. hierzu Giachi, Arianna: Der falsche Glanz der Wissenschaft – Chaos der Designer-Ausbildung. Planung geht am Bedarf vorbei. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07.09.1972. Zitiert nach Curdes, Gerhard: HfG – IUP. Zur Geschichte des Instituts für Umweltplanung, Ulm 1969–1972. Schriftenreihe Club off Ulm e.V., Ulm 2015, S. 21, < <http://www.club-off-ulm.de/Curdes-Geschichte-des-IUP.pdf> >, 12.02.2020. O.V.: Design zwischen Ideologie und Broterwerb; zur Neuorientierung von Design und Design-Ausbildung. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 68, 1974, S. 4–6.
- 35 Vgl. hierzu das unveröffentlichte Vortragsmanuskript: Maser, Siegfried: Einige Bemerkungen zum Problem einer Theorie des Designs. Braunschweig 1972.
- 36 Gros, Jochen: Sinn-liche Funktionen im Design. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, Teil 1, 74, 1976. S. 6–9; Teil 2, 75, 1976. S. 12–16.
- 37 Man kann annehmen, dass Richard Fischer, der ab 1960 für achteinhalb Jahre in der Design-Abteilung der Braun AG in Kronberg arbeitete, mit den Überlegungen von Hans Gugelot zu »Design als Zeichen« vertraut war. Gugelot, der ab Mitte der 1950er-Jahre neben seiner Lehrtätigkeit an der HfG Ulm an der Gestaltung zahlreicher Radio-, Phono- und Fernsehgeräte von Braun beteiligt war, argumentierte, »dass das Ding als Zeichen für seine funktion steht«, »dass der Stuhl das allgemein verständliche Zeichen für »sitzen« ist, die Drucktaste das Zeichen für »drücken«, der Drehknopf das Zeichen für »drehen« usf.«. Solche Erkenntnisse leiteten offensichtlich die Gestaltung der Braun-Geräte und sie deckten sich auch mit Fischers Auslegung der Anzeichenfunktion. Vgl. den Vortrag von Gugelot »design als zeichen«, den er 1962 bei dem Industrieunternehmen CEAG in Dortmund hielt; wieder veröffentlicht in: Wichmann, Hans: System-Design. Bahnbrecher: Hans Gugelot 1920–65. Basel, Boston 1987, S. 57–61. Vgl. dort auch Otl Aichers Nachruf auf Gugelot, in dem er anerkennt, dass Zeichen »das produkt transparent, verständlich, einsichtig [...] machen, was sowohl herkunft, fertigung, materialien, konstruktion und gebrauch betrifft«, aber die Produktsymbolik scharf kritisiert, da sie Inhalte transportiere und Interessen wecke, »die nicht mehr der sache entsprechen, sondern lüste wecken und lüste befriedigen wollen.« Aicher, Otl: Hans Gugelot. In: Wichmann 1987, S. 19–25, hier. S. 22.
- 38 Fischer, Richard: Wie kommt ein »funktionalistischer Designer« zum Thema Ornament? In: hfg forum, 17, 2000. Hg. vom Präsidenten der Hochschule für Gestaltung Offenbach/Main. S. 18–21.
- 39 Richard Fischer sprach im Seminar die Duscharmaturen der Vola AG an, bei denen der Brausekopf als gerader Stab ausgebildet ist; dieser zeige nicht an, wo bzw. in welche Richtung das Wasser austritt – wie schnell sei infolgedessen das Badezimmer unter Wasser gesetzt. Vgl. hierzu Fischer, Richard; Mikosch, Gerda: Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Anzeichenfunktionen. Bd. 3. Hg. von der Hochschule für Gestaltung Offenbach. Offenbach/Main 1984, S. 111f.
- 40 Der Terminus Produktsprache wurde Mitte der 1960er-Jahre von Theodor Ellinger in die Betriebswirtschaftslehre eingeführt und von Gert Selle in seinem Buch »Ideologie und Utopie des Design« (Köln 1973, S. 9ff.) aufgegriffen. Kritisiert wurde, dass die aus der Linguistik kommende Sprachmetapher und entsprechende Konzepte der Interpretation von Designobjekten, besonders im Hinblick auf ihre visuellen Qualitäten, nicht gerecht würden. Vgl. hierzu Vihma, Susann: Design as language – a misconception? In: FORMakademisk, Vol. 5, Nr. 1, 2012, S. 6–14. DOI: 10.7577/formakademisk.372. Ungeachtet dieser in der Design-Community geführten Diskussion ist die Sprachmetapher weit verbreitet: Bereits Susanne K. Langer hatte sie verteidigt: »Mit Recht sprechen daher Denker, die den symbolischen Charakter der sogenannten »Sinnesdaten« – besonders dort, wo es sich wie in Wissenschaft und Kunst um hochentwickelte Anwendungsformen handelt – erkannt haben, oftmals von einer »Sprache« der Sinne, einer musikalischen »Tonsprache«, einer »Sprache« der Farben usw.« (Langer 1984, S. 100.) Vgl. weiterhin z. B. Jencks, Charles: Die Sprache der postmodernen Architektur. Stuttgart 1978. Daston, Lorraine: Things that talk. Object lessons from art and science. New York 2004. Gotzsch: Josiena: Product talk. In:

- The Design Journal, Nr. 2, 9. Jg., 2006, S. 16–24. Sudjic, Deyan: The language of things. London 2008.
- 41 Gros, Jochen: Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Einführung. Bd. 1. Hg. von der Hochschule für Gestaltung Offenbach, Offenbach/Main 1983. Fischer, Mikosch, 1984. Gros, Jochen: Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Symbolfunktionen. Bd. 4. Mit Beiträgen von Dagmar Steffen und Petra Widmayer. Hg. von der Hochschule für Gestaltung Offenbach. Offenbach/Main 1987.
- 42 Mankau, Dieter: Gratwanderung zwischen Anarchie und Dogma. In: Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main, Kunsthochschule des Landes Hessen. Der Rektor der Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main (Hg.). Offenbach/Main 1991. S. 95–97, hier S. 95.
- 43 Vgl. etwa die von der HfG Offenbach veranstalteten Kolloquien sowie Publikation (Auswahl): Form und Lebensform, Kolloquium 3, 12.–16.12.1977. Ästhetik und Technologie, Kolloquium 4, 08.–15.12.1978. Wohnen und Identität, Kolloquium 6, hfg forum 7, Mai 1982. Der Fall ›Memphis‹ oder die Neo-Moderne, Offenbacher Gespräch am 25./26.01.1984. Mehr weniger? Projekte und Positionen deutscher Designschulen; über den Umgang mit ökologischen Herausforderungen in der Designausbildung, 03.–05.06.1993. Themenschwerpunkt Ornament, hfg forum 17, August 2000. Themenschwerpunkt search and research, hfg forum 18, Mai 2003.
- 44 An den betriebswirtschaftlichen Lehrstühlen von Eugen Leitherer (Ludwig-Maximilians-Universität München) und Udo Koppelman (Universität zu Köln) entstanden mehrere Dissertationen, die den Offenbacher Ansatz referierten und produktiv nutzten. Vgl. Kicherer, Sibylle: Industriedesign als Leistungsbereich von Unternehmen. München 1987. Brandlhuber, Jutta: Industriedesign und Ornament. München 1992. Hegemann, Michael: Ästhetik und Industrie-Design. München 1992. Otto, Regina: Industrie-Design und qualitative Trendforschung. München 1993. Triebel, Daniela: Ökologisches Industriedesign. Wiesbaden 1997. Reinmüller, Patrick: Produktsprache. Verständlichkeit des Umgangs mit Produkten durch Produktgestaltung. Köln 1995. Vgl. weiterhin die Dissertationen an der Technischen Universität Dresden: Steinmeier, Ida: Industriedesign als Innovationfaktor für Investitionsgüter. Ein Beitrag zum designorientierten Innovationsmanagement. Frankfurt/Main 1998; an der Universität St. Gallen: Wimmer, Lydia: Die Gestaltung digitaler Artefakte. Designtheoretische Ansätze in der Human-Computer Interaction. Göttingen 2009; und an der Bergischen Universität Wuppertal: Janke, Marén: Bedeutungsbedürfnisse – Anwendung des Weiblichen in der Produktsprache. Hamburg 2010.
- 45 Bürdek, Bernhard E.: Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Köln 1991. Der deutschen Erstausgabe folgten Übersetzungen ins Italienische (1992), Spanische (1994), Chinesische (2006) und Niederländische (1996); die überarbeitete und erweiterte Neuauflage (2005) wurden auch ins Englische (2005) und Portugiesische (2006) übersetzt.
- 46 Maser, Siegfried: »Theorie ohne Praxis ist leer, Praxis ohne Theorie ist blind!« Grundsätzliches über die Notwendigkeit einer Design-Theorie. In: form, Zeitschrift für Gestaltung, 73, 1976. S. 40–42.
- 47 Norman, Donald A.: Dinge des Alltags. Gutes Design und Psychologie für Gebrauchsgegenstände. Frankfurt/Main 1989 (engl. Erstausgabe: The psychology of everyday objects. New York 1988). Siehe weiterhin Krippendorff, Klaus: On the essential contexts of artifacts or on the proposition that ›Design is making sense (of things)‹. In: Design Issues, 5/2, 1989, S. 9–39, hier S. 19; sowie Krippendorff, Klaus: The semantic turn. A new foundation for design. New York 2006, S. 111 (dt. Ausgabe: Die Semantische Wende. Eine neue Grundlage für Design«. Basel 2013).
- 48 Zit. nach Norman 1989, S. 19.
- 49 Langer 1984, S. 69.
- 50 Vgl. Fischer; Mikosch 1984, S. 114f.
- 51 Gros 1973, S. 9.
- 52 Vgl. Meadows, Dennis L. u. a.: Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. Stuttgart 1972.
- 53 Vgl. Gros, Jochen: Symboleseminar: Military-, Profi-Look. In: design. Zeitschrift für Gestalter. Hg. Studentenschaft der Hochschule für Gestaltung Offenbach, 9, 1977, S. 14–19. Gros, Jochen u. a.: Des-In – ein neues Ornament? Weniger Konsum durch mehr Sinnlichkeit – Produkte als Leitbilder zur Umweltfreundlichkeit. In: Produkt und Umwelt, Ergebnisse einer Ausschreibung. Hg. vom Internationales Design Zentrum Berlin (IDZ). Berlin 1974. S. 58–76. Gros 1987, S. 53ff. Hochschule für Gestaltung Offenbach (Hg.): Der Fall ›Memphis‹ oder die Neo-Moderne. Offenbach/Main 1984. Gros, Jochen: Stilemantik. Das Ornament im Vorzeichen der neuen Technologien. In: formdiskurs. Zeitschrift für Design und Theorie, 3, 1997, S. 82–92.
- 54 Das C-Labor der HfG Offenbach war von Jochen Gros und Friedrich Sulzer 1993 gegründet worden, um den Einsatz der digitalen Werkzeuge im Möbelbau zu erforschen. Vgl. u. a. Steffen, Dagmar: C_Moebel. Digitale Machart und gestalterische Eigenart. Frankfurt/Main 2003.
- 55 Von Mitte der 1970er-Jahre bis Anfang der 2000er-Jahre gab es am Fachbereich Produktgestaltung nur wenige personelle Veränderungen. Richard Fischer lehrte bis zu seiner Emeritierung im Frühjahr 1999 Produktdesign und Anzeichenfunktionen. Jochen Gros vertrat bis zu seiner Emeritierung 2004 die Fächer Designtheorie/Produktsprache und Symbolfunktionen.
- 56 Vgl. Steffen, Dagmar: Einstieg. Erfahrungen mit der Neuorganisation des ersten Studienjahres, Dokumentation und Zwischenbilanz. Waldorf/Hessen 1994.
- 57 Für Beispiele der deskriptiven Anwendung der Theorie bei Produktanalysen siehe Steffen, Dagmar: Design als Produktsprache. Der ›Offenbacher Ansatz‹ in Theorie und Praxis. Frankfurt/Main 2000, S. 99–170. Vgl. weiterhin Schwer, Thilo: Gestaltung reflektieren. Über disziplinäre Analysemethoden und deren Relevanz für Designkritik und Designpraxis. In: Gronert, Siegfried; Schwer, Thilo (Hg.): Designkritik. Theorie, Geschichte, Lehre. Stuttgart 2018, S. 121–134.
- 58 An der HfG Offenbach lehren gegenwärtig am Fachbereich Design die Absolventen Frank Zebner, Alex Buck und Thilo Schwer. Buck und Schwer promovierten zu produktsprachlichen Fragestellungen. Vgl. Buck, Alex: Dominanz der Oberfläche. Betrachtungen zu einer neuen Bedeutsamkeit der Gegenstände. Frankfurt/Main 1998. Schwer, Thilo: Produktsprachen. Design zwischen Unikat und Industrieprodukt. Bielefeld 2014. Thilo Schwer ist parallel zu seiner Hochschultätigkeit im Designstudio speziell® tätig, das er 2002 mit einem Kommilitonen und einer Kommilitonin gründete. Markus Frenzl lehrt an der Hochschule für angewandte Wissenschaften München an der Fakultät für Design u. a. Kultursemiotik und Produktsemantik. Dagmar Steffen lehrt an der Hochschule Luzern – Design & Kunst Produktsemantik und Materielle Kultur. Sie verfasste im Auftrag der HfG Offenbach die Schrift »Design als Produktsprache. Der ›Offenbacher Ansatz‹ in Theorie und Praxis«, die mit Beiträgen von Jochen Gros, Bernhard E. Bürdek und Volker Fischer im Jahr 2000 anlässlich der Emeritierung von Richard Fischer erschien und den damaligen Stand der Theorieentwicklung umfasst. Sie forschte u. a. zur Semantik der Innovation (vgl. Design semantics of innovation. In: Vihma (Hg.): 2010, S. 81–110. Kontinuität des Neuen. In: Gronert, Siegfried; Schwer, Thilo (Hg.): Positionen des Neuen. Stuttgart 2019, S. 170–181) sowie zu Theorie-Praxis-Beziehungen und dem Experiment-Begriff im Design (Praxisintegrierende Designforschung und Theoriebildung. Analysen und Fallstudien zur produktiven Vermittlung zwischen Theorie und Praxis. Diss., Bergische Universität Wuppertal. New experimentalism in design research: Characteristics and interferences of experiments in science, the arts, and in design research. In: Artifact, Online Journal 2014, 3/2, DOI: 10.14434/artifact.v3i2.3974).