

»Design muss als politisch hoch aufgeladene Praxis gelehrt werden ...«

HG Mit der Theorie der Produktsprache wurde die Zeichenhaftigkeit und Bedeutungsdimension von Objekten als gestalterische Herausforderung thematisiert und damit geriet auch der kulturelle Kontext, der maßgeblich Teil an der symbolischen Bedeutung von Artefakten hat, in den Blick. Können Sie für Ihr Fachgebiet Interkulturelles Design die Bedeutung kultureller Kontexte bei der Gestaltung kurz umreißen?

GB Es gibt keinen Zweifel daran, dass unterschiedliche Kulturen Zeichen unterschiedlich, teils widersprüchlich oder paradox auslegen. Alle Theorien zur Interkulturalität transportieren im Kern diese Aussage. Ganz gleich, ob Sie Hall¹, Trompenaars², Meyer³, Hofstede⁴ nehmen, das wird quer durch die empirische Forschung so gesehen. Diese Differenzen gehen sehr tief, beziehen sich sogar auf das Raum- und Zeitverständnis. Robert Lewine hat das in »A Geography of time«⁵ ausführlich untersucht. Kulturelle Unterschiede führen, auch das wissen wir, eher zu Konflikten als zu friedlichen Übereinkünften. Richard Lewis belegt dies ebenfalls in aller Tiefe. Sein wichtigstes Werk heißt nicht umsonst »When cultures collide«⁶.

Die Prämisse, dass etwas überall – also transkulturell – verständlich sei, ist kulturgeschichtlich eher neu. Noch Oswald Spengler⁷ war 1918 der Meinung, dass Kulturen gar nicht wirklich interagieren könnten und gewissermaßen abgesonderte Silos seien.

Wir nehmen die Idee der allgemeinen Verständlichkeit von Zeichen in der Design Diskussion heute meist für gegeben, à la: Das iPhone kapiert doch jeder. Diese Idee scheint uns selbstverständlich. In der Literatur zur Interkulturalität wird dies keineswegs so gesehen.⁸ Wenn wir die Klassiker unserer Offenbacher Produktsprache, also die hier im Buch ausführlich besprochenen Arbeiten von Gros, Mankau, Fischer, anschauen, welche in den 70ern reflektierten, was sie in den 80ern veröffentlichten, dann stellen wir fest, dass sie einer eurozentristischen Sichtweise folgen. In Deutschland hat das viel mit der Vorgeschichte des Industriedesigns zu tun. Der Werkbund stand vor dem Ersten Weltkrieg im Bann der Weltausstellungen, der Messen des Hochkolonialismus. Alles wurde auf Export, auf globale Wirksamkeit deutscher Industrieprodukte hin ausgelegt. Der damals größte Elektrokonzern der Welt, AEG, mit seinem durchstandardisierten Programm und seinem Corporate Design, die Gründung und der Aufbau von technischen Überwachungsvereinen, die Gründung des Normenausschusses der deutschen Industrie 1917 sind alle Ausdruck der gleichen Begeisterung, ja Obsession hinsichtlich Normierung, Standardisierung, Vereinheitlichung.

Wie hätte in diesem Kontext die Idee einer nicht universellen Verständlichkeit von Symbolen und Anzeichen eine Chance haben können? In Ulm wirkte derselbe Geist fort, die vermeintlich universelle Icon-Sprache von Otl Aicher für

die Olympiade 1972⁹ war ein entsprechender Ausdruck. Gleichzeitig wurde allerdings durch Arbeiten von Gui Bonsiepe¹⁰ klar, dass bereits in den stark europäisch geprägten Kulturen Mittel- und Südamerikas andere kulturelle Umfeldbedingungen herrschen.

Also: Alles, was nicht der Idee des prinzipiell für jeden jederzeit an allen Orten gleich Verständlichem folgt, ist Gegenstand der interkulturellen Betrachtung der Produktsprache.

HG Die Produktsprache unterscheidet zwischen Anzeichenfunktion und Symbolfunktion; die Anzeichen beziehen sich auf die pragmatischen Funktionen der Objekte, auf deren Gebrauch, und leiten die Handhabung, indem sie Nutzer oder Nutzerin zu einem angemessenen Verhalten auffordern. Lassen sich diese Aspekte der Formgestaltung universalisieren?

GB Auf die Frage nach transkulturell verständlichen Anzeichenfunktionen und Symbolfunktionen möchte ich mit einer Feststellung André Laurents antworten. Er sagt: »Die Kultur, die Sie am wenigsten kennen – in Bezug auf ihre Wirkung auf Sie selbst – ist Ihre eigene Kultur. Es ist sehr schwierig, sich von außen zu betrachten. Wir können interessante Beobachtungen und Kommentare zu anderen Kulturen machen. Aber wir bleiben oft blind für uns selbst.«¹¹ Nach Luhmanns Systemtheorie¹² sind wir als Gruppe psychischer Systeme in der Umwelt unseres sozialen Systems enthalten und gefangen. Wir können dies letztlich durch Kommunikation von innen reflektieren. Wir nehmen das ganze System aber auf Reisen mit.

Mit der Praxis der Akkulturation, also des Sich-Eingewöhnens in eine Kultur, im Gegensatz zur Enkulturation, also der originären Sozialisation innerhalb einer Kultur, ist ein langsamer Transformationsprozess unserer Wirklichkeitsinterpretation verbunden. Ob dies in abgrenzbaren Schritten abläuft, wie etwa Bennet¹³ behauptet, weiß ich nicht. Ich bin solchen Stufenmodellen gegenüber eher skeptisch. Aber sie bieten einen Anhaltspunkt für das Verständnis von Transformation.

Jeder von uns, der eine Zeitlang im Ausland gelebt hat oder sich lange in einer signifikant anderen Kultur innerhalb unserer Landesgrenzen aufgehalten hat (Subkultur, tribale Kultur) weiß, dass ein schleichender Perspektivwechsel stattfindet. Zu diesen Systemgrenzen trägt maßgeblich die »cultural divide« zwischen Stadtzentrum und Banlieue¹⁴ bei. Kennzeichnend für unsere Gesellschaften ist, dass wir mitten im Zerfall vor allem der größten Städte in Zentrum und Banlieue stecken, mit inkompatiblen Subkulturen und – in Frankreich besonders gut erforscht – eigenen Sprachen, dem Argot der Banlieue¹⁵. Der Architekt und Philosoph Tosten Bürklin spricht von »Urbanauten«, also jenen, die in den Citys eine Art transkultureller Weltkultur verkörpern und höchst mobil sind, und den »lost urbs«, die in Banlieue, Slum, Favela lokal gebunden und isoliert bleiben.¹⁶

Wozu dient mir diese ganze relativistische Rede? Sie dient mir zur Erläuterung meines Misstrauens gegenüber der Möglichkeit von Universalisierungen. Die Produktsprache proklamiert bekanntlich, dass die Symbolfunktion nicht »universalisiert« werden kann. Das heißt, dass sich Bedeutung in verschiedenen Stilwelten widersprechen kann. Sie kann sich auch im zeitlichen Verlauf wandeln. Das macht die Interpretation historischer Artefakte anspruchsvoll. Darüber gibt es keinen Disput. Allerdings behauptete der Funktionalismus durchaus einen Universalitätsanspruch auf der Ebene der Anzeichen. Auch das ist nicht zu halten. Richard Fischer und Gerda Mikosch weisen zwar in ihrem Vorwort zum Band »Anzeichenfunktionen«¹⁷ darauf hin, dass auch diese in ihrer Ausdrucksform von den kulturellen und sozialen Bedingungen abhängig sind, gehen aber auf den Zusammenhang nicht weiter ein. Allein der Blick auf die bekanntlich kulturell unterschiedlichen Bedeutungen von Farben würde reichen.¹⁸ Um das auf der Ebene

der Gegenstände zu illustrieren, schaue ich auf die religiöse Codierung bestimmter Objekt-Handhabungen: Wer muss was wie und wann anfassen, damit es kosher ist (Judentum)? Woran ist das auf der Ebene der produktsprachlichen Anzeichen zu erkennen? Was darf ein Brahmane, was darf ein Dalit in welcher Reihenfolge berühren (Hinduismus)? Wie lebendig oder tot ist verarbeitetes Holz für Shintoisten?¹⁹ Was signalisieren für eine Shintoistin gleichgroße Alu- und Holzknöpfe? Was ist in diesem Bezugsrahmen der kategorische Unterschied zwischen einem 5 g schweren, mattschwarz lackierten Holzknopf mit einem Radius von 15 mm und einem 5 g schweren mattschwarz lackierten Aluminiumknopf mit einem Radius von 15 mm? Dieser Mini-Exkurs zeigt vielleicht, dass von einer vermeintlichen »Allgemeingültigkeit der Anzeichen« keine Rede sein kann.

Die Kontextualität spielt dabei ebenfalls eine zentrale Rolle. Nehmen wir das Beispiel der vermeintlich neutralen Farbe Grau. Während man in unserer Nachkriegsmoderne die grauen Geräte von Hans Gugelot oder Dieter Rams für neutral und sachlich hielt, wurden genau diese technischen Objekte von Pressestimmen im Umfeld der Triennale di Milano 1957 ganz anders codiert: »Da sind sie schon wieder die Deutschen, in Feldgrau, grau wie die Landser-Uniformen und Schützenpanzer.«²⁰ Der Kontext dieser Codierung ist der Überfall von Wehrmacht und SS gerade mal 14 Jahre zuvor. Die Deutschen hatten in einem brutalen Eroberungsfeldzug Norditalien unterworfen, nachdem das faschistische Italien im Waffenstillstand von Cassibile (08.09.1943) vor den US-Truppen kapituliert hatte. Grau: Eine neutrale Farbe also? Das Lichtgrau wurde als Feldgrau²¹ gelesen und – Schwups! – weg ist die vermeintliche Universalität der Farbbedeutung. Ein weiteres aussagekräftiges Beispiel ist das Changieren der vermeintlich universellen Bedeutung des Wortes »bad« im amerikanischen Englisch seit den 1980er-Jahren. Für die weiße Mehrheit bedeutete es, brav nach Merriam-Webster Dictionary, »schlecht« oder »böse«. Für die schwarzen urbanen Milieus bedeutete es »unglaublich sexy« oder »völlig überragend«.²²

HG Dass das Verständnis von symbolischen Bedeutung sehr stark kontextabhängig ist, ist sicherlich zu berücksichtigen. Aber es ist der Verdienst der Produktsprache zu zeigen, dass man der Symbolik nicht entrinnen kann, auch wenn man sich nur auf die Gute Form konzentriert. Zugleich ist die Symbolik ja auch nicht beliebig, sondern kann durchaus zielgruppenspezifisch ermittelt (Marketing) und entsprechend gestaltet werden, wobei sich sicherlich diese Bedeutungen in der Interpretation durch Nutzende auch wieder verändern und nicht feststehen. Wie können Designerinnen und Designer damit umgehen, wenn sie z. B. für unterschiedliche kulturelle Kontexte Produkte gestalten?

GB Mit Theoretikern der Entkolonialisierung, etwa Senghor, könnte man argumentieren, dass Außenstehende bezüglich eines Entwurfes für eine andere Kultur nie zum Ziel kommen können, was letztlich auch nicht wünschenswert wäre, weil das eine neokoloniale Bevormundung wäre.²³ Da ist viel dran. Das ist übrigens auch der Grund, warum Designteams stets interkulturell besetzt sein sollten und alle Kulturen innerhalb des Teams sehr aufmerksam gehört und berücksichtigt werden sollten – ein zentraler Gegenstand meiner Lehre. Pankaj Mishra verweist überdies auf das Gefühl der Unterworfenheit. Keineswegs wurden die Formen, Gedanken, Systeme des Westens, vor allem in Asien, gerne aufgenommen. Sie wurden eindeutig als Unterwerfung empfunden.²⁴

Andererseits sind westliche Produkte in vielen Kulturen zu regelrechten Fetischen avanciert. In ganz aktuellen Entwicklungen, wie dem Start-up-Gipfel Africa Summit Afri' Up am 24. und 25. September 2019 in Tunis wurde jedoch klar, wie wichtig manchen Teilnehmenden die Rückbesinnung auf die gewaltige

Tradition afrikanischer Formensprachen zu sein scheint. Für unsere Diskussion ist auch das klare Verständnis, dass es kein universelles Design geben kann, elementar. Die Kulturen können ihre Identität nicht aufgeben, selbst wenn sie es wollten.²⁵ Bereits Gui Bonsiepe wies darauf hin, dass es »keine universellen Designmaßstäbe [gibt]. Der Platonismus der Guten Form ist nichts weiter als bornierter Platonismus.«²⁶ Auch hier spielen meines Erachtens neokolonialistische Aspekte eine zentrale Rolle, vor allem die dreiste Selbstverständlichkeit, mit der amerikanisches Design, trotz z. B. verheerender Ökobilanzen, globale Gültigkeit und unbegrenzte Zukunftskompetenz für sich beansprucht.²⁷

Selbstverständlich kann man weltweit für den Nutzer und die Nutzerin verständliches Design entwickeln, man kann die Wiedererkennbarkeit von Marken durch Corporate Designs gewährleisten und die ergonomischen Eigenschaften des Homo Sapiens weitgehend berücksichtigen. Dies sind jedoch nur die technischen Vor- oder Rahmenbedingungen. Man kann Design jedoch nicht ausschließlich auf dieser technischen Ebene begreifen wollen, sonst begibt man sich in die Gefahr des Ausblendens von Kultur, letztlich des humanistischen Aspektes dessen, zu welchem Zweck wir entwerfen. Hier müssen die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele zu Rate gezogen werden.²⁸ Für mich ist der entscheidende Punkt: Die fundamentale Bedeutung der Kultur und des Dialoges von Kulturen ist zu einem politischen Faktor geworden.

Was bedeutet das für die Lehre? Design muss in unserer VUKA-Welt²⁹ als politisch hochaufgeladene Praxis gelehrt werden. Dabei spielt das Verständnis der Möglichkeiten und Grenzen von Produktsprache eine zentrale Rolle. Dies trägt zu der dringend benötigten höheren Ambiguitätstoleranz bei. Und da wird das Verständnis der Produktsprache in unserer »world drifting apart«³⁰ tatsächlich zu einem zivilisatorischen Werkzeug.

↳

- 1 Hall, Edward T.; Hall, Mildred R.: Understanding cultural difference, Yarmouth, Maine 1990.
- 2 Trompenaars, Fons: Riding the waves of culture – understanding diversity in global business. 3rd extended edition, London/Boston 2012.
- 3 Meyer, Erin: The culture map – decoding how people think, lead, and get things done across cultures. New York 2015.
- 4 Hofstede, Geert: Cultures and organizations, software of the mind. New York; Chicago 2010.
- 5 Levine, Robert: A geography of time. The temporal misadventures of a social psychologist or how every culture keeps time just a little bit different. Oxford 2006.
- 6 Lewis, Richard D.: When cultures collide. 4th, extended edition, London/Boston 2018.
- 7 Spengler, Oswald: Der Untergang des Abendlandes. Umriss einer Morphologie der Weltgeschichte. Wie 1918–1922, München 2003.
- 8 Hepp, Andreas: Transkulturelle Kommunikation. Konstanz; München 2014.
- 9 Schreiner, Nadine: Das visuelle Erscheinungsbild der Olympischen Spiele 1972 in München. In: Buchholz, Kai; Wolbert, Kai (Hg.): Im Designerpark – Leben in künstlichen Welten. Darmstadt 2004.
- 10 Bonsiepe, Gui; Fernández, Silvia (Hg.): Historia del diseño en América Latina y el Caribe, industrialización y comunicación visual para la autonomía. São Paulo 2008.
- 11 Laurent, Andre: Keynote Speech. SIETAR Intercultural congress, Ludwigshafen 2000.
- 12 Luhmann, Niklas: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/Main 1984.
- 13 Bennett, Milton J.: Basic concepts of intercultural communication. In: Paradigms, principles, practises. Boston 1998.
- 14 Je nach Betrachtung Vorstadt oder periurbaner Raum. Das französische Wort »la banlieue« kommt ebenso wie »Bannmeile« vom mittellateinischen *bannum leucae* = 1500 römische Schritte = 2,2 km.
- 15 Tengour, Abdelkarim: Tout l'argot de la banlieue – le dictionnaire de la zone en 2600 definitions, Paris 2013 (auf Basis der Website <http://www.dictionnairedelazone.fr>, die seit 2005 konstant ausgebaut wird).
- 16 Bürklin, Torsten: unveröffentlichter Vortrag auf der Konferenz »Mobilität 2100« der Fraport Regionalpark Open 2012, Stadthalle Oberursel am 01.09.2012.
- 17 Fischer, Richard; Mikosch, Gerda; Geissler, Hans: Grundlagen einer Theorie der Produktsprache, Bd. 3, Anzeichenfunktionen. Schriftenreihe des Fachbereichs Produktgestaltung der Hochschule für Gestaltung Offenbach/Main 1984.
- 18 Heller, Eva: Wie Farben wirken, Farbpsychologie – Farbsymbolik – Kreative Farbgestaltung. Reinbek 2004.
- 19 Shah, Pravin K.: Essence of world religions. Jaina education series, North Carolina o.O., 4. Aufl. 2006.
- 20 Zitiert nach: PICA, Agnoldomenico, Triennale 1918–1957, Edizioni del Milione, Mailand 1957.
- 21 Zu Feldgrau siehe <<https://de.wikipedia.org/wiki/Feldgrau>>, 09.05.2020.
- 22 Vgl. Michael Jacksons »Bad«, Los Angeles 1987, und die zeitgenössische Interpretation von Sigerson, Davitt. In: Rolling Stone Magazine, 22.10.1987: »Jackson revives the »Hit the Road, Jack« progression and proves (with a lyric beginning with »Your butt is mine« and ending with the answered question »Who's bad?») that he can outfunk anybody any time.« Zu den im Jahr 2020 multiplen Bedeutungen von »bad« siehe auch auch: Urban Dictionary, <<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=bad>>, 09.05.2020.
- 23 Senghor, Léopold Sédar: Liberté I. Négritude et humanisme. Paris 1964.
- 24 Mishra, Pankaj: Aus den Ruinen des Empires, die Revolte gegen den Westen und der Wiederaufstieg Asiens. 3. Aufl., Frankfurt/Main 2013, S. 369: »Tatsächlich musste in Japan, der Türkei, China und Indien ein einheimischer Modernisierer nach dem anderen einräumen, dass der Widerstand gegen den Westen eine schnelle Übernahme westlicher Vorstellungen hinsichtlich der Organisation von Staat und Gesellschaft erforderte. Zumindest verlangte sie den raschen Sturz der offensichtlich todgeweihten Reiche und Dynastien des Ostens.«
- 25 Howe, Irving, zitiert nach Mishra 2013, S. 373: »Amerika, das die Macht von Europa übernommen hat, ist der aufrichtigen Überzeugung, nur wenn es der Welt seinen Willen aufzwingt, könne sie gerettet werden. Aber die Welt widersetzt sich diesem Willen. Sie kann die eigenen Verantwortung nicht aufgeben, selbst wenn sie es wollte.«
- 26 Bonsiepe, Gui: Notizen zum Thema »Design und kulturelle Identität in der Periferie«. In: Internationales Forum für Gestaltung Ulm (Hg.): Kulturelle Identität und Design. Berlin 1990, S. 63, zitiert nach Plüm, Kerstin: Globalisiertes Design. Berlin 2007, S. 104.
- 27 Mishra 2013, S. 373: »Denn bis heute gibt es keine universalistische Antwort auf westliche Vorstellungen von Politik und Ökonomie, obwohl beides immer fiebriger wirkt und gefährlich ungeeignet für weite Teile der Welt erscheint.«
- 28 UN-Nachhaltigkeitsziele siehe z. B. <<https://17ziele.de>>, 09.05.2020.
- 29 VUKA ist ein Akronym für die englischen Begriffe volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. Der Begriff entstand in den 1990er-Jahren am United States Army War College, um die multilaterale Welt nach dem Ende des Kalten Krieges zu beschreiben. Heute wird der Begriff verwendet, um die Hyperkomplexität der Welt auf eine Formel zu bringen.
- 30 Bertsch, Georg-Christof: Glue for a world drifting apart: Intercultural competence in industrial design teams. Conference Paper Cumulus Conference, 2013.