

# »Es ging darum, durch Design zu umweltbewussten Lösungen zu kommen.«

Philine Bracht (PB), ehemaliges Mitglied der Des-In-Gruppe an der HfG Offenbach,  
im Gespräch mit den Herausgebern (HG)

**HG** Sie waren Mitglied der Des-In-Gruppe in Offenbach. Können Sie uns aus Ihrer Perspektive die Zusammenhänge bei der Gründung der Initiative, die inhaltliche Ausrichtung und die Art der Zusammenarbeit schildern? Wie war damals die Stimmung an der HfG, was interessierte die Studierenden?

**PB** Vielleicht zunächst mal zu meinem Hintergrund: Als ich mich 1972 für das Studium des Produktdesigns in Offenbach bewarb, hatte ich bereits in Frankfurt/Main bzw. Freiburg Kunstgeschichte und Archäologie studiert und abgebrochen, daneben arbeitete ich oft bei einer Bildhauerin in Westfalen. Bei ihr war auch ein Produktdesignstudent, mit dem die Ideen umgesetzt wurden. Hier entstand meine Begeisterung für Design als Beruf. Ich lebte bescheiden, hatte 1971 der Stadt Frankfurt den Rücken gekehrt und wohnte mit Freunden im Hintertaunus in einem alten Bauernhaus am Ende einer Straße, direkt am Waldrand. Bis dorthin kamen weder die Schneeräumer noch die Müllabfuhr. Wir beschäftigten uns mit unterschiedlichen Lebensformen und schauten genau an, was wir einkauften. In einer WG von fünf Personen fiel in einer Woche selbst 1971 einiges an Müll an. Wir mussten damals schon die Materialien trennen; wir verbrannten unseren Müll an einer vom Bauern zugewiesenen kahlen Stelle in der Nähe des Kuhstalls. Da Plastik und Gummi stanken, wurde uns bewusst, dass das eigentlich nur giftig sein konnte. So machten wir unsere Erfahrungen mit Verpackungs- und anderem Müll, den wir nur teilweise verbrennen konnten. Wir brachten unsere Abfälle zurück in die Stadt. Die Umweltprobleme wurden dadurch offensichtlich. Konsumverzicht war angesagt.

Von dort aus bewarb ich mich an der HfG Offenbach mit Zeichnungen und Modellen. Aufgrund meiner Tätigkeit bei der Bildhauerin Eva Niestrath-Berger hatte ich damals einige strukturierte Reliefs aus Gips geschaffen, die mit rechteckigen Spiegelstücken auf den abgewinkelten Strukturen belegt waren. Es ging nicht um praktische Funktion, sondern um die veränderten Wahrnehmungen der Realität, welche die entstehenden Reflexionen auslösten. Nach dem Gespräch wurde ich angenommen. Ich glaube, mein Bewerbungstext mit den Beweggründen fürs Produktdesignstudium war eher als meine dreidimensionale Arbeit ausschlaggebend für die Aufnahme.

## 1973

Im Herbst 1973 nahm ich das Studium auf. Wir waren zehn Studierende im ersten Semester, im Alter von 19 bis 29 Jahren und 50/50 weiblich/männlich. Es entwickelte sich eine konstruktive, positive Gruppendynamik mit viel Diskussion und Austausch. Wir hatten einen Studioraum, den wir bemalten und zu unserem machten (heute unvorstellbar). Ich glaube, wir hatten auch einen Kühlschrank

organisiert, trafen uns oft schon zum Frühstück im Studio und arbeiteten an Projekten, solange die Schule offen war. Wir engagierten uns hochschulpolitisch und waren an der Berufung des neuen Professors für Ergonomie beteiligt. Es wurde Jochen Gros, der uns mit einem Seminar zum erweiterten Funktionalismus und der potenziell wahrnehmbaren bzw. zu entwickelnden Symbolträchtigkeit von Produkten begeisterte.

## 1974

Der Studienplan sah im zweiten Semester designbezogene Seminare in theoretischen Fächern wie Soziologie, Psychologie, Methodologie, Funktions- und Wertanalyse etc. vor, gleichzeitig das praktische Lernen von Modellbau und Entwurf. Als die Ausschreibung des Internationalen Designzentrums (IDZ) Berlin zu »Produkt und Umwelt« veröffentlicht wurde, stieß die Thematik auf große Resonanz. Es bildete sich eine kleinere Gruppe von Interessierten und wir setzten unsere Sommerferien 1974 für die Beteiligung am Wettbewerb ein. Wir lasen alle »Die Grenzen des Wachstums« und hatten einen Vortrag von Victor Papanek hautnah in der Aula erlebt. Die Probleme standen uns klar vor Augen, und es ging darum, durch Design zu umweltbewussten Lösungen zu kommen. Wir nannten die Gruppe Des-In, die Kurzform von Design Initiative, die so zu einem Markennamen werden konnte. Dazu gehörten fünf Studierende, die Produkte gestalteten, sowie Jochen Gros, der den theoretischen Beitrag formulierte. Es wurde viel diskutiert, soweit ich mich erinnere, und wir standen alle hinter dem, was wir taten – basierend auch auf der Theorie des erweiterten Funktionalismus.

**HG** Die Des-In-Gruppe wurde in der Designszene vor allem durch den Wettbewerbsbeitrag »Weniger Konsum durch mehr Sinnlichkeit« bekannt. Er skizzierte die Möglichkeit eines alternativen Lebensstils und diskutierte die Frage, welche Rolle das Design bei dem dafür notwendigen Wertewandel spielen könnte. Aus heutiger Sicht wirken die entworfenen Produkte und die theoretische Herleitung wie eine case study für die Theorie der Produktsprache. Wie kamen die Ergebnisse des Wettbewerbsbeitrags Ihrer Erinnerung nach zustande? Wie wollte die Gruppe Theorie und Praxis verknüpfen?

**PB** Unsere 1974, während des Studiums der Produktgestaltung an der HfG Offenbach entstandenen Designarbeiten aus der heutigen Sicht zu reflektieren, ist ganz interessant.

Die Probleme sind heute wesentlich offensichtlicher als damals. Die Umweltprobleme infolge von Klimawandel und Einflüssen der Globalisierung sind endlich in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – zumindest der industrialisierten Welt – angekommen. Die Müllberge sind nicht mehr zu beseitigen, Plastik ist nur die Spitze des Eisbergs, technischer Müll wird immer noch umverteilt in Länder, die technologisch noch nicht so entwickelt sind (Stichwort Elektroschrott) und auf Kosten der ärmeren und unwissenden Bevölkerung, auch auf Kosten deren Gesundheit.

Vor diesem aktuellen Hintergrund wirken die damaligen Projekte zwar wissensbasiert und zukunftsorientiert, aber auch irgendwie naiv. Um auf Ihre Frage einzugehen nach der Wirkung als case study für die Theorie der Produktsprache: Ja, das könnte man so sagen. Diese von Des-In war, dass wir als Produktdesignerinnen und -designer durch die Gestaltung von Konsumgütern des Alltagslebens Einfluss auf die unseres Erachtens ungesund rasant wachsende Konsumgesellschaft nehmen können. Auf der Grundlage des Funktionalismus, z. B. à la Bauhaus und Braun (Dieter Rams), nebst der Entwicklung hin zum erweiterten Funktionalismus versuchten wir Grundsätzliches für die Gestaltung herauszukristallisieren – eben auch

eine adäquate Produktsprache zu finden. Und wir wollten neben wissensbasierten und theoretischen Auseinandersetzungen exemplarische Beispiele schaffen. Alle Mitglieder von Des-In waren gleichermaßen von dieser These begeistert und total motiviert, daran zu arbeiten. Wir beschlossen, uns auf Produkte für den täglichen Bedarf zu konzentrieren. Zu unseren Ergebnissen kamen wir im Zuge von Gesprächen während täglicher Treffen, gemeinsamer Mahlzeiten und bei Besprechungen von Ideen und Modellen, bei denen es Kritik, Lob und weitere Anregungen für neue Gestaltung gab.

**HG** Welche Strategien und Objekte von Des-In waren aus Ihrer Sicht damals neuartig? Und welcher Ansatz könnte auf Basis ihrer Erfahrungen bei Des-In heute sinnvoll sein, um Problemen wie dem ungezügelten Konsum zu begegnen? Wie könnte ein Wandel im Wertverhalten heute durch Design begünstigt werden?

**PB** Die von Des-In gestalteten Objekte für den IDZ-Wettbewerb waren einfache, nützliche Produkte für den täglichen Bedarf, die zum Lebensstil einer jungen Generation passten. Sie waren in ihren Funktionen nicht neuartig, aber sie sollten für die (hoffentlich stolzen) Besitzerinnen und Besitzer und alle, die sie nutzten, deutlich eine umweltbewusste Einstellung enthalten und eine solche Haltung nach außen demonstrieren können ... gedacht als Statussymbol einer anderen Art.

Sicher neuartig für Produktdesign war damals der bewusste Fokus auf die Umweltverträglichkeit der Produkte. Als Strategie gehörten hierzu Simplizität, Mono-Materialität, das Auskommen mit nachvollziehbaren industriellen Herstellungstechnologien und die Kommunikation diesbezüglicher Wertigkeiten. Bei den Metallobjekten waren die stilgebenden Elemente Prägungen, welche zugleich funktional zur Stabilisierung dienten oder Information vermittelten. Bei den Holz-/ Stoffobjekten wurde dies in Form von aufgedruckten Schablonenschriften fortgeführt. Darüber sollte eine Art Marke kreiert werden.

Für einige von uns wäre es eine natürliche Fortentwicklung gewesen, in diesem Sinne weiterzumachen: Es gab einen Plan für die Gründung einer Gemeinschaft, die Design, Herstellung und Vertrieb im Namen von Des-In weiter auf- und ausbauen wollte. Dies hätte auch bedeutet, dass direktere Kontakte vom Designenden zum Nutzenden entstehen und damit z. B. Einfluss auf Wertehaltungen hätte ausgeübt werden können. Leider zerschlug sich die Gruppe nach der Herstellung des auf Öko-PR ausgerichteten Reifensofas (heute als ready-made im Kunstmuseum Nürnberg zu sehen) und nach vielen Diskussionen.

In den letzten 45 Jahren sind für umweltfreundliches Design vielerlei Methoden entwickelt worden. Einige waren damals schon bei Des-In angelegt, viele konnte ich in meine Lehrtätigkeit integrieren. Nur sind Designer ja in der Industrie nie die einzige Maßgeblichen, sondern müssen Ideen für den wirtschaftlich und kommerziell ausgerichteten Auftrag ihrer Kunden entwickeln. Um in diesen Abhängigkeiten als Designer einen Wertewandel in der Gesellschaft zu begünstigen oder gar zu bewirken, sind – mittlerweile global – neben günstigen industriellen und wirtschaftlichen Bedingungen auch Interventionen auf politischer Ebene notwendig. Mit einer Bewegung wie fridays for future ist dies eventuell gegeben. Und Designer sind gut beraten, die heutigen Ressourcen zu kennen und nutzen.

**HG** Oben verweisen Sie auf die Bedeutung des Designs für die »Kommunikation diesbezüglicher Wertigkeiten«. Inwieweit ist da die Theorie der Produktsprache für Sie wichtig? Wie haben Sie das in ihre Lehre in Hongkong integriert?

**PB** Der Einsatz von Erkenntnissen und Mitteln aus der Theorie der Produktsprache (wie sie mir bekannt war) waren für mich zu Grundlagen und Werkzeugen des Entwurfs geworden. Hierbei hängt ein ›Sinn machender‹ Einsatz stark von der jeweiligen Produktgruppe und Funktion ab. In den 1990er-Jahren habe ich das Fach

›Produktgrafik‹ unterrichtet. Bei elektronischen Geräten kamen sehr stark die erweiterten Funktionen wie Anzeichen, Symbole und Status zum Tragen. Die Formen wurden auf semantische und symbolhafte Aussagen hin entworfen bzw. untersucht. Einige der damaligen Studierenden sind heute Lehrkräfte. Und speziell Brian Lee Yu Hin, der damals ein Praktikum in Frankfurt/Main (bei Olaf Barski) absolvierte, hat die an der HfG Offenbach entwickelten Grundsätze zur Produktsprache fest in seinen Unterricht integriert. Meine Erfahrungen im Ausland (sowohl in den USA als auch im noch britisch geprägten Hongkong) waren, dass es dort immer primär um die Anwendung anstatt um eine zugrunde gelegte Theorie ging – und man sozusagen das Pferd von hinten aufzäumen musste ...