



Das gewöhnliche Design.

„Das gewöhnliche Design“ ist eine Ausstellung. Der Fachbereich Gestaltung/FHD veranstaltet sie aus Anlaß eines Rückblicks auf 70 Jahre Design-Ausbildung in Darmstadt. Und parallel zur Jugendstil-Ausstellung auf der Mathildenhöhe im Oktober 1976.

Zur Eröffnung am Samstag, 23. 10. 76
um 16 Uhr laden wir Sie herzlich ein.

Zur Ausstellungseröffnung spricht
voraussichtlich Herr *Bazon Brock*
Professor für Neuere Ästhetik an der
HFBK Hamburg.

Herr Prof. *Bazon Brock* war Inszenator,
Autor und Referent des Vielbeachteten
Seminars *„Mode - das inszenierte Leben“*
am IDZ Berlin.

Die Auswahl der Exponate.

Die Auswahl der Exponate hat eine Geschichte. Sie beginnt mit der subjektiven Auswahl von Gegenständen, die sich so selbstverständlich in das tägliche Leben eingefügt haben, daß sie erst wieder wahrgenommen werden müssen. Der Spaß, solche Gegenstände zu entdecken, ist das erste Auswahlkriterium.

Nicht lange, denn fast unverzüglich gleiten diese Gegenstände von der neuen, "musealen" Ebene wieder zurück in ihre alte Unbedeutsamkeit. Das Gewöhnliche widersetzt sich einer Heroisierung. Das Gewöhnliche läßt sich nicht ungewöhnlich machen. Es ist nur deshalb und nur solange gewöhnlich, wie wir es nicht qualifizieren und einordnen können.

Das gewöhnliche Design ist unter keinem anderen Begriff präsentabel und widerstrebt jeder Rubrizierung.

Das gewöhnliche Design ist kein "ready made", kein Recycling Design, keine Folklore, keine Nostalgie, keine Kolonialware.

Das gewöhnliche Design ist nicht nur elementares Werkzeug, nicht nur Technik nicht nur Design für Grundbedürfnisse, nicht nur massenhaft, nicht nur Verpackungsmaterial.

Gewöhnliches Design sind nicht nur die Monopolerzeugnisse und die Arbeitsmittel öffentlicher Institutionen.

Das "gewöhnliche Design" ist nicht etwas Ästhetisches; seine wiederholte Perzeption ist langweilig.

Das gewöhnliche Design ist kein Reservat reiner Gebrauchswerte und keine Versammlung von Standardmodellen.

Das gewöhnliche Design ist weder Fetisch noch Statussymbol.

Das gewöhnliche Design ist nicht beispielhaft und steht nicht unter Denkmalschutz.

Das gewöhnliche Design ist nicht das Produkt einer Designmoral; es ist keine Huldigung an das "Design" und steht nicht im Gegensatz zu Design.

Das gewöhnliche Design ist kein Design. *go*

Das Konzept der Ausstellung.

Seit den ersten Überlegungen und Versuchen, die Idee der Ausstellung in ein Konzept zu übersetzen, sind so viele thematische Aspekte bedacht worden, daß allein sie eine Ausstellung füllen würden.

Der Grundgedanke war, in unmittelbarer Nähe eines Kulturhortes, an dem das "ungewöhnliche Design" der Vergangenheit - der "Jugendstil" - museal aufbereitet und spektakulär präsentiert wird, auf die Gegenwart hinzuweisen.

Versuche, eine Zeit durch museale Selektion zu erhöhen, gelingen fast immer. Wie die Wirklichkeit aussah wird unterschlagen. Die gewöhnlichen Dinge, die in *unserer* Ausstellung zu sehen sind, sind *wichtiger* als die Objekte des Jugendstils. Denn mit unseren Dingen wurde keine Kultur fürs Museum erfunden, sondern wird tägliches Leben durchgeführt.

Die Ausstellung soll keine neuen Sammelgebiete erschließen, die Dinge nicht der Mehrheit wegnehmen, den Dingen nicht ihren Gebrauchswert entziehen.

Die Ausstellung kann ohne die Schminke der Statussymbole Wirklichkeit zeigen, bevor sie an die Stelle des Jugendstils treten muß.

Die Ausstellung findet in einer Designschule statt. Sie zeigt Dinge, die *fertig* sind. Daß sie es sind, ist die Nachlässigkeit einer Industrie, die nichts Dauerhaftes produzieren darf. Das ist eines der gegenwärtig ausweglosesten Probleme des Designs, der Designausbildung - und allem Anderen. ff

Das ungewöhnliche Design.

Ungewöhnliche Ansprüche.

Joseph Maria Olbrich trug es schon vor 70 Jahren im Herzen und auf den Lippen, wir rufen es heute - ungefragt - den Bürgern aller Klassen etwas nüchterner zu:

Auf der Grundlage zeitgemäßen Kunstempfindens (wollen wir) in festen, unverrückbaren Formen eine Widerspiegelung moderner Kultur geben und damit einen Merksteine auf dem Wege der Lebenserneuerung setzen ..."

Diese Resonanz aber, auf diese religiöse Anmaßung ist sich fast gleich geblieben. 1901 zündeten aufgebrachte Bürger einen Schuppen an, in dem, aus dem Ernst-Ludwig-Haus verbannt, wichtige Objekte der großen Jugendstil-Ausstellung lagerten. Sämtliche Arbeiten verbrannten.

1976 ignoriert *Hiltraud Böhm* in ihrem voluminösen Aufsatz über "Die Künstlerkolonie auf der Mathildenhöhe" (FAZ v. 26.8.1976) die direkten Nachfahren dieser Gestaltungs-Bewegung: den Fachbereich Gestaltung der Fachhochschule Darmstadt. Sind wir etwa keine "kulturelle Institution"?

Schmerzlich für Designer, die sich als kulturelle Kanalarbeiter einer nach vorne gerichteten Gesellschaft verstehen. Oder doch wenigstens als Macher, ohne die "diese unsere Welt" um ein Vielfaches flacher, grauer und langweiliger wäre.

Ungewöhnliche Gegenstände.

Ilse Aichingers neues Buch heißt "schlechte Wörter" und der erste Satz darin: "Ich gebrauche jetzt die besseren Wörter nicht mehr." Bessere Wörter, das sind jene, deren Gebrauch gesellschaftlicher Zwang nahelegt. "Deshalb bin ich auch zum Zweitbesseren übergegangen. Das Beste ist geboten. Deshalb".

Wir, die Designer, unterscheiden zwischen schlechten und besseren Gegenständen anders. Schlechte Gegenstände sind solche, die nicht (oder nicht von uns) gestaltet sind. Bessere Gegenstände sind alle die, an denen ein *bestimmter* Gestaltungswille sich äußert.

Welcher genau? - Das gerade hält ja die Designer in Trab, das Design in der Diskussion und die Käufer am Kaufen.

Wir wissen es nicht. Wir wissen nicht, was wohl einen Gegenstand "besser" als andere Gegenstände macht, der durch *unsere* Köpfe und Hände geht. Wir behaupten es. Wir glauben es. Wir beweisen es sogar.

Aber wir sind überrascht, gewöhnliche Gegenstände zu finden, die *ungewöhnlich gut* gestaltet sind, ohne daß sie durch die Köpfe und Hände von "Gestaltern" gegangen sind. (Durch die Köpfe und Hände von Menschen aber, die viel vernünftiger gestalten als wir Vernunftbesessenen Designer.)

Keine neue Philosophie! Einen Sattelschlepper, eine Ausstellung oder eine Anzeigenkampagne vom genialen Bürger Schulze gestalten zu lassen, der diesen fantastischen Kronenschlüssel entworfen hat, wäre wohl doch etwas risikoreich. Nur: So risikolos designen - offensichtlich die Architekten, Stylisten und Werbebeiräte landauf landab gerade auch nicht.

Ungewöhnliche Tatsachen.

Die Ansprüche der Designer und ihr Selbstwertgefühl, das papierende Geschwafel um das Design und seine gesellschaftliche Wertschätzung erscheinen als Farce, angesichts der Wirklichkeit des Design.

Nur vier von zehn Absolventen einer Designschule arbeiten als Designer. Unterordnung unter omnipotente Marktstrategen und hirntötende Lohnarbeit sind

das, was vom Zauber kultureller Höhenflüge überbleibt. Geld, Verwertbarkeit und Machbarkeit sind die Reizworte, die jene vielbesungene "gute Form" wie Schnee im Sommer dahinschwinden lassen. Es stinkt.

Und trotzdem wächst und gedeiht das Design. Und trotzdem sind sich 85 % der Designer ziemlich sicher, ganz bald schon das zweite Bein auf den Boden zu bekommen. Die Schulen wursteln weiter, modellversuchen, entwerfen und verwerfen Curricula, drucken phänomenale Selbstdarstellungen (an denen sich ihre Studenten nicht beteiligen, weil sie für das Geld viel lieber Arbeitsplätze, Papier und Entwickler kaufen würden!) und verschulen immer stärker

Am Horizont ein Hoffnungsschimmer: Die Adaption der Praxis. Eben jener Praxis, deren Zwängen und eindimensionalen Ansprüchen der Designer gerade seinen Abstieg vom "Kulturvermittler" zum Marktbefriediger zu verdanken hat. Doch natürlich auch jener Praxis, die uns Designer und das Design mit Brachialgewalt auf den Elfenbeintürmen treibt,

Und die uns darauf verweist, in welchen Zusammenhängen "*moderne Kultur*" und "*Lebenserneuerung*" - von denen J.M. Olbrich vor 70 Jahren sprach - heute gedacht und designt zu werden haben. vk





