

Hartmut Vinçon

Erlhoff, Michael (Hg.): Deutsches Design 1950-1990

1991

<https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5454>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Vinçon, Hartmut: Erlhoff, Michael (Hg.): Deutsches Design 1950-1990. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 8 (1991), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5454>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

VIII DIVERSES

Michael Erlhoff (Hrsg.): Deutsches Design 1950-1990. Designed in Germany.-

München: Prestel-Verlag 1990, 280 S., DM 118,-

Als ob es durch das historische Faktum der Wiedervereinigung nun fraglos weißgewaschen sei, wird unter dem präventösen Markenzeichen 'deutsch' angeblich eine Design-Geschichte der BRD vorgelegt, die tatsächlich keine ist. Die Veröffentlichung stellt in chronologischer Folge für die Jahrzehnte 1950 bis 1990 ein bloßes Bilderkabinett ausgewählter Industrial Designs aus der BRD zusammen, von mit wenigen Ausnahmen inhaltlich dürftigen Texten begleitet. Als eigenständig davon abgehoben geriert sich ein Kapitel über Produktgestaltung der Ulmer Hochschule für Gestaltung. An 'deutsches' Design angeschlossen folgt zuletzt ein Exkurs über "Design in der DDR"!

Was dem Band fehlt, ist die kritische und historische Analyse seines Gegenstands und seiner illustren Gegenstände. Der hier in über 850 Abbildungen aufgereichte Katalog von Konsum- und Investitionsgütern stellt eher ein Ensemble von Warenfetischen aus, als daß er den bei Designern so beliebten Warenfetischismus kritisch auf seinen Begriff brächte. Vergeblich wird man nach einer Darstellung von Entwürfen fahnden, vergeblich wird man nach einer Geschichte der Design-Methodik fragen. Stets werden einem die fertigen Warenprodukte vorgehalten, als handle es sich um geschichtlich undurchdrungene und undurchdringliche Artefakte. Über dem 'Glanz' der Produkte ist der Prozeß ihrer Herstellung vergessen. So bleibt einzig als Eindruck haften, daß nach 1945 Gestaltung zwar zunehmend industrialisiert wird, im Grunde aber bis hin zu postmoderner Gestaltung recht gleichförmig unterm Diktat der Industrialisierung und deren technologischen Innovationen sich entwickelt habe. Weismachen will das Buch dann, daß mit den achtziger Jahren eine Wende auch im Design, ein 'Aufbruch zu neuen Dimensionen' vollzogen worden sei. Primitiv wird dies gestalterisch dadurch unterstrichen, daß in dieses und ins folgende Kapitel über "Corporate Identity" unter das triste Allerlei der Schwarzweißgrauen-Abbildungen farbenfrohe Fotos eingestreut sind. Daß nun ausgerechnet Strategien der ästhetischen Rationalisierung und die Public-Relations-Inszenierungen der Konzerne zur Legitimation des Industrial Design herangezogen werden, läuft auf eine unfreiwillige Demaskierung des hier demonstrierten ästhetischen Bewußtseins, seiner ökonomischen Determiniertheit und seiner Gleichförmigkeit mit dem hinaus, was eh technologisch und gesellschaftlich wirksam ist. Statt Widersprüche zwischen Theorie und Praxis der Gestaltung historisch zu benennen, die sich massiv im Gegenein-

ander technischer und ästhetischer, ökologischer und ökonomischer Bedürfnisse entfaltet haben, wird nostalgisch die Ideologie der "Guten Form" der sechziger Jahre re-zitiert. Hieß Ideologie nach Adorno damals die "Gesellschaft als Erscheinung", so steht heute falschem Bewußtsein der materielle Glanz der designten Dinge keineswegs, wie so mancher Designer vorgibt, entgegen, sondern zur Seite. Gelogen, wenn nicht einfach nur verblasen formuliert, ist, wenn es heißt: "Im Design nämlich stellt sich Geschichte selbst in ihrer völligen Komplexität dar, offenbart sie sich als ebenso geronnen, nämlich dinglich, wie flüchtig" (S. 7). Dies machte - verdinglichter Schein, wenn es so gemeint wäre - am ehesten noch Witz. Der Diskurs übers unübersichtlich gewordene Dasein - Designideologie pflegt, nach allen Seiten offen, ihre sprachlichen Versatzstücke von überall her zu holen - verklärt sich für sie zum Diskurs übers "neue Design" (S. 192f.). So ähneln sich schließlich die hier publizierten Texte, sich verplappernd, unversehens ihrem geheimen Gegenstand an: der Propaganda - statt von ihr und ihren Tabus zu reden. Sprachliche Komik schlägt Kobolz und so manchem Allzubeflissenen ein Schnippchen, wenn es etwa heißt, es lasse sich prognostizieren, "daß die Zukunft des 'Designed in Germany' vor allem im Unsichtbaren" (S.235) liege.

Der Band enthält einen "Anhang" mit einer Übersicht über deutsche Design-Institutionen, Design-Verbände, Design-Preise, Design-Zeitschriften, 'deutsche' (?) Designer- und Firmenregister und ein (dürftiges) Literaturverzeichnis.

Hartmut Vinçon (Darmstadt)