

Thomas Friedrich und Klaus Schwarzfischer  
(Hrsg.)

# Wirklichkeit als Design-Problem

---

Zum Verhältnis von Ästhetik, Ökonomik und Ethik

---

Ergon

# Inhalt

## Einleitung

*Thomas Friedrich und Klaus Schwarzfischer* ..... 11

## Das Problem der Wirklichkeit

Gedanken über Realität und Realismus – von Kant bis Luhmann

*Gerhard Schweppenhäuser* .....15

## Das Design und der Schematismus der Produktion

*Rodrigo Duarte* ..... 29

## Wirklichkeit und Katastrophe

Der sekundäre Katastrophengewinn

*Thomas Friedrich* ..... 41

## Gestalt-Integration als Super-Code von Ästhetik, Ökonomik und Ethik?

*Klaus Schwarzfischer* ..... 47

## Ästhetik und Ethik als Optimalitäts-Probleme in der systemtheoretischen Ressourcen-Ökonomie

*Hans H. Diebner* ..... 89

## Kunst in der frühsowjetischen Phase in Russland zwischen 1917 und 1922

*Helmut Orpel* ..... 113

## Vortäuschung von Ethik unter ökonomischen Zwängen

*Axel Kolaschnik* ..... 121

## Führungsethik und Kommunikationskultur

*Stefan Dobiasch* ..... 137

Aroma mit Aura Die Hohe Küche des Ferran Adrià als Kult <i>Theo Steiner</i> .....	165
Zur Ästhetik der urbanisierten Landschaft <i>Susanne Hauser</i> .....	187
Design des Raums Ein moralphilosophisches Problem <i>Yvonne Thorhauer</i> .....	201
Die Lüge als Designproblem Die Transformation des Designs durch sachferne Kriterien <i>Thomas Friedrich</i> .....	223
Autorinnen und Autoren .....	235
Bildnachweise .....	237

# Einleitung

*Thomas Friedrich und Klaus Schwarzfischer*

Im Rahmen der Internationalen Semiotischen Akademie fand vom 4. bis 6. April 2008 an der Hochschule Mannheim das Symposium „Wirklichkeit als Design-Problem. Zum Verhältnis von Ästhetik, Ökonomik und Ethik“ statt. Die Veranstaltung war Resultat einer Zusammenarbeit des Instituts für Designwissenschaft der Fakultät für Gestaltung an der Hochschule Mannheim mit der Sektion Design der Deutschen Gesellschaft für Semiotik e.V.

Es ging um diese Probleme: Grundsätzlich muss in der Designtheorie zwischen einem eng- und einem weitgefassten Designbegriff in folgendem Sinne unterschieden werden. Beim enggefassten werden die aktuellen gesellschaftlichen Verhältnisse nicht mitthematisiert, sondern affirmativ vorausgesetzt. Dieser Designbegriff ist somit kein philosophischer, da er kein Problem mit der Wirklichkeit hat, sondern sie lediglich bedienen will. Der Designpraktiker erhofft sich von einem Designtheoretiker, der mit diesem enggefassten Designbegriff operiert, Antworten auf Fragen folgender Art: Wie weit darf man in seiner Werbung gehen, ohne dabei die religiösen Gefühle potentieller Kunden zu verletzen, was dann negative Auswirkungen auf den Verkauf des Produktes haben könnte? Wie lassen sich Kommunikationsabläufe innerhalb eines Betriebs durch intelligentes Design weiter rationalisieren? Welche Designtrends werden in naher Zukunft zu erwarten sein? Welchen Anforderungen müssen Bedienungselemente der Alltagstechnik genügen, so dass sie problemlos auch von älteren Menschen bedient werden können? Bei diesem enggefassten Designbegriff sind Fragen nach Ästhetik, Ökonomik und Ethik affirmativ in Hinblick auf ökonomisch durchsetzbare designpraktische Lösungen gestellt.

Auf einer ganz anderen Ebene liegen die Fragen, um die es beim erweiterten Designbegriff geht, den man auch den philosophischen nennen könnte. Der mit ihm verbundene Forschungsbegriff betrifft die Grundlagen des Designs. Als philosophischer Designbegriff geht es bei ihm nicht zuletzt um die Konstitution von Wirklichkeit. Das Symposium

„Wirklichkeit als Designproblem“ beschäftigte sich ausschließlich mit diesem erweiterten Designbegriff. Die im Untertitel genannten Begriffe „Ästhetik“, „Ökonomik“ und „Ethik“, deren Verhältnisse untereinander herausgearbeitet wurden, wurden als Grundlagenbegriffe des Designs thematisiert. Heute haben viele Designer lediglich den bornierten Wunsch „ein neues Produkt auf dem Markt zu positionieren“ und das Wissen dazu soll ihnen die Designtheorie liefern. Im Gegensatz zu diesem anspruchslosen und sachfernen, da lediglich marktökonomisch gefassten Designbegriff, will das Symposium wieder an die Tradition und den Anspruch der großen Designer des 19. und 20. Jahrhunderts anknüpfen. Designern wie William Morris von der Arts & Crafts-Bewegung oder Walter Gropius, Le Corbusier und Oscar Niemeyer war stets klar, dass Design nicht nur bedeutet, ein Haus, Plakat oder einen Film zu gestalten, sondern diese Elemente zu verstehen sind als Teil eines Ganzen, das als solches noch zu schaffen ist. Der Designer muss somit eine Vorstellung eines gesellschaftlich Ganzen haben, zu dem dann seine „Teile“ passen sollen. Insofern diese Designer zugleich die Vorstellung eines gesellschaftlichen Ganzen entwickeln mussten, waren sie sowohl Designpraktiker, als auch Designtheoretiker im Sinne des erweiterten Designbegriffs. Design in diesem Sinne hat notwendig ein utopisches Potential und dazu gehört eine Designtheorie, die normative Implikationen nicht als unwissenschaftlich ablehnt, sondern diese benennt, ausweist und begründen muss. Insofern bleibt vor allem im designtheoretischen Grundlagenbereich, um den es ja bei diesem Symposium geht, die Problematik der Werturteile, die Sein-Sollens-Problematik, der Positivismusstreit stets virulent und zwar genau, weil es um das Design und damit eben die Gestaltung zukünftiger Wirklichkeit geht. Jeder gestaltende Eingriff in die Lebenswelt oder deren Interpretationsweisen muss hier als Design-Problem aufgefasst werden – unabhängig davon, ob der Agent in traditionellen Begriffen als Ökonom, Pädagoge, Politiker oder Designer bezeichnet wird. Fragen der Ressourcen (Ökonomik), der Üblichkeiten (Moral) und der Wahrnehmung (Ästhetik hier im Sinne von Aisthesis) sind dabei stets berührt.

Wenn, was die Grundannahme des Symposiums ist, es nicht zuletzt an den Designern liegt, wie die gesellschaftliche Wirklichkeit in Zukunft gestaltet sein wird, dann müssen die Grundlagen des erweiterten

Designbegriffs geklärt werden. „Wirklichkeit“, „Ästhetik“, „Ökonomie“ und „Ethik“ als designtheoretische Grundlagenbegriffe der zu gestaltenden Zukunft, wurden auf dieser Tagung herausgearbeitet. Die dort gehaltenen Vorträge werden in diesem Band der Öffentlichkeit vorgestellt, wobei die begriffsbestimmenden theoretischen Vorträge den ersten Teil ausmachen und praxisorientierte Einzelreflexionen zu bestimmten Wirklichkeitsfeldern des Designs den zweiten.

An dieser Stelle sei all jenen Dank ausgesprochen, die dieses Symposium unterstützt haben. Genannt seien der Dekan Kai Beiderwellen, die vielen helfenden Studenten der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Mannheim, Lambert Wiesing, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetik e.V., der uns durch einen Reisekostenzuschuss ermöglichte Rodrigo Duarte aus Brasilien einzuladen, Matthias Dörzbacher, der die Referate mitschnitt und Abschriften erstellte, Ruth Dommaschk, die das Korrekturlesen übernahm und vor allem Christina Sinn, die den Satz des Buches erstellt hat. Gewidmet haben wir das Buch Dirk Rölller, Begründer der Semiotischen (Herbst-)Akademie und Ehrenmitglied der Deutschen Gesellschaft für Semiotik e.V. Er war als Referent geladen und starb völlig unerwartet kurz vor dem Symposium.

## Autorinnen und Autoren

Dr. rer. nat. Hans H. Diebner promovierte bei Otto Rössler im Bereich der Chaos- und Komplexitätsforschung, 1999 gründete und leitete er am Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe das Institut für Grundlagenforschung. Aktuell ist er Projektleiter Grundlagenforschung Performative Wissenschaft im Institut für Neue Medien (INM), Frankfurt am Main.

Dipl.-Psych. Stefan Dobiasch, Sprecherzieher (Univ./DGSS), *Principium, Organisationsberatung & Training* (Regensburg), Seit 1996 Trainer und Berater für Kommunikation und Führung, Teamarbeit und Konfliktmanagement sowie Change Management-Prozesse in Organisationen. Spezialisierung auf Innovationsförderung, Kommunikation von Werten und Führungsethik.

Prof. Dr. phil. Rodrigo Duarte lehrt Philosophie und Ästhetik an der Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) in Belo Horizonte, Brasilien.

Prof. Dr. phil. Thomas Friedrich. Lehrt Designtheorie und Philosophie an der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Mannheim. Leiter des Instituts für Designwissenschaft. Zuvor lehrte er in Würzburg und Weimar. Beirat der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V.

Prof. Dr. phil. habil. Susanne Hauser. Professur für Kunst- und Kulturwissenschaft am Institut für Geschichte und Theorie der Gestaltung der Universität der Künste Berlin. Davor lehrte sie in Kassel und Graz. Beirat der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V. und Vorsitzende des Förderkreis der Internationalen Semiotischen Herbst-Akademie e.V.

Prof. Axel Kolaschnik. Prodekan der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Mannheim. Professur für Markenkommunikation, Corporate Identity und Corporate Design. Vorstand Internationales Designzentrum Berlin e.V.

Dr. phil. Helmut Orpel, Studium der Kunstgeschichte, Philosophie und der spanischen Literaturwissenschaft. Promotion mit einer Arbeit über die politische Kunst im Spanien der Bürgerkriegszeit. Kunstjournalistische Tätigkeit u.a. als Chefredakteur der Zeitschrift *ArtProfil*. Zahlreiche Veröffentlichungen zu Themen der zeitgenössischen Kunst. Lehrbeauftragter an der Hochschule Mannheim, Fakultät für Gestaltung.

Klaus Schwarzfischer, selbstständiger Kommunikations-Designer seit 1992, Gründer des INDUKT Institut für System-Kommunikation und Design (Regensburg), Beirat der Deutschen Gesellschaft für Semiotik (DGS) e.V. sowie aktiv mit Projekten in den Bereichen Werbeforschung, Empirische Ästhetik und Gestalttheorie.

Prof. Dr. phil. habil. Gerhard Schweppenhäuser seit 2002 Professur für Design-, Kommunikations- und Medientheorie am Fachbereich Gestaltung der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt. Er lehrte Philosophie und Ästhetik in Hannover, Kassel, Weimar, Belo Horizonte, Wismar, Dresden, Durham und Bozen.

Dr. phil. Theo Steiner ist Philosoph und Kulturwissenschaftler (*Duchamps Experiment. Zwischen Wissenschaft und Kunst*), lebt in Heidelberg und unterrichtet an der Universität Karlsruhe, der International University Bruchsal sowie der Merzakademie Stuttgart.

Dr. phil. Dipl.-Kauffr. Yvonne Thorhauer, nach Banklehre folgte das Studium der Betriebswirtschaftslehre mit anschließendem Magisterstudium in Philosophie und Promotion in Philosophie. Spezialisiert auf Fragen der Wirtschaftsethik bereitet sie derzeit ihre Habilitation an der Universität Frankfurt am Main vor.



## Bildnachweise

S. 50: Goldstein, E. Bruce (2002, 2. überarb. Auflage): Wahrnehmungspsychologie. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, Seite 352. Zitiert aus Yarbus, Alfred L. (1967): Eye Movements and Vision. New York: Plenum Press

S. 51: Goldstein, E. Bruce (2002, 2. überarb. Auflage): Wahrnehmungspsychologie. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, Seite 353. Zitiert aus Yarbus, Alfred L. (1967): Eye Movements and Vision. New York: Plenum Press

S. 53: Höger, Rainer (2001): Raumzeitliche Prozesse der visuellen Informationsverarbeitung. Magdeburg: Scriptor Verlag, Seite 178, Abb.114. Zitiert aus Marr, David (1982): Vision. San Francisco: Freeman, Seite 50

S. 74: Eigene Grafik nach: Bendin, Eckard (2004): „Die Prägnanzdimension der Farbe und ihr Bezug zur Prägnanzhöhe von Gestalten“. In: Weber, Ralf & Amann, Albrecht (Hrsg.) (2005): Aesthetics and Architectural Composition. Proceedings of the Dresden Int. Symposium of Architecture 2004. Mammendorf: Pro Literatur Verlag

S. 120 oben links: Ministerium für Kultur der USSR und Stedelijk Museum Amsterdam (Hrsg.) (1988): Kazimir Malevich. Ausstellungskatalog der Retrospektive in Leningrad, Moskau und Amsterdam 1988/1989, S. 150

S. 120 oben rechts: Peter Noever (1991): Alexander Rodtschenko und Warwara F. Stepanowa. Die Zukunft ist unser einziges Ziel... München: Prestel Verlag, Tafel 13

S. 120 unten links: Peter Noever (1991): Alexander Rodtschenko und Warwara F. Stepanowa. Die Zukunft ist unser einziges Ziel... München: Prestel Verlag, Tafel 55

S. 120 unten rechts: Larissa Alekseevna Zhadova (Hrsg.): Tatlin. Moskau, 1988, Abbildung 178.

S. 121: [http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/dax-konzerne\\_aid\\_263059.html](http://www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/dax-konzerne_aid_263059.html)

S. 122: dpa/Pool

S. 125 oben: [http://www.tdresden.de/wwbwlbu/forschung/download/dateien/good\\_company\\_ranking\\_dt.pdf](http://www.tdresden.de/wwbwlbu/forschung/download/dateien/good_company_ranking_dt.pdf)

S. 125 unten: manager magazin 2/2007, S. 80

S. 128: <http://www.nestle.com/Resource.axd?Id=7F757F03-B601-49EA-8395-E24095231754>

S. 131 oben: <http://www.greenpeace.org/apple/assets/graphics/girl-apple>

S. 131 unten: <http://www.greenpeace.org/apple/assets/graphics/ilove-wallpaper>

S. 132: [www.greenmyapple.org](http://www.greenmyapple.org)

S. 134 oben: <http://www.joinred.com>

S. 134 unten: <http://www.joinred.com>

S. 135: <http://joinred.blogspot.com/2006/10/red-shopping-photos.html>

S. 186 oben links: [www.elmundo.es/.../06/25/cultura/1182788797.html](http://www.elmundo.es/.../06/25/cultura/1182788797.html),  
Foto: EFE

S. 186 oben rechts: [http://chocolateandzucchini.com/archives/2006/08/dinner\\_at\\_el\\_bulli.php](http://chocolateandzucchini.com/archives/2006/08/dinner_at_el_bulli.php)

S. 186 zweites Bild von oben: <http://www.elbulli.com>

S. 186 drittes Bild von oben: <http://www.elbulli.com>

S. 186 unten: <http://www.elbulli.com>