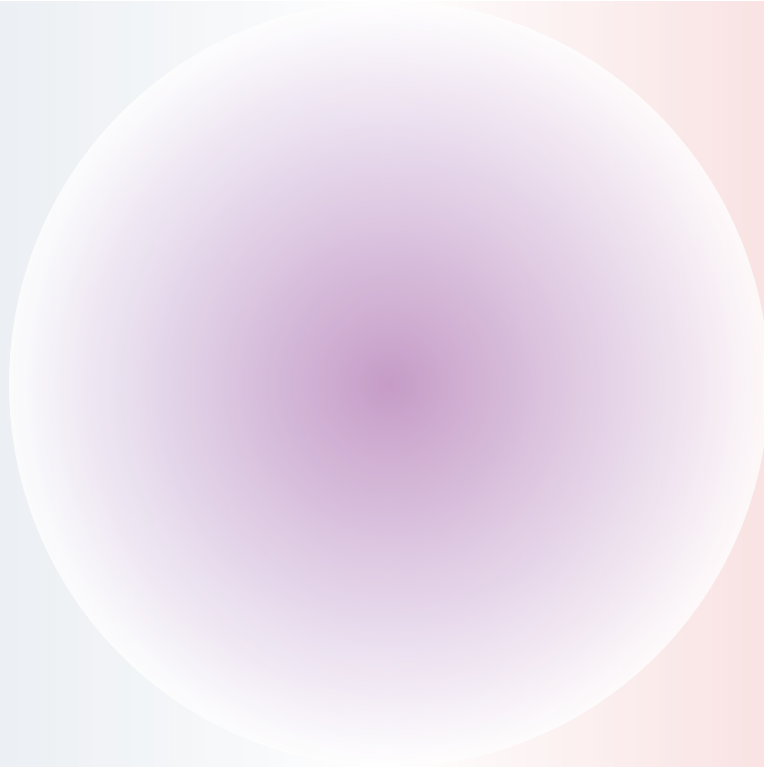


Design & sein

Was ist (gutes) Design? -

Zwischen Funktionalismus und Ästhetik



Masterarbeit Fachbereich Medienproduktion

Kira Junker

Design & sein

Was ist (gutes) Design? -
Zwischen Funktionalismus und Ästhetik

Kira Junker

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe

Masterarbeit Fachbereich Medienproduktion

Druckerei Björn David

Buchbinderei Martina Begemann

Schriften: Quasimoda und Ivy Presto

Format: 210 mm x 270 mm

Lizenz: CC-BY 4.0

**"Kommt, wir gucken einfach mal,
wie das unsere Perspektive auf
Design verändert!"**

Mara Recklies (2022, S. 29)

Inhalt A

1. Motivation	10	5. Kriterilogie des Designs	32
2. Was ist Design? - Eine philosophische Annäherung	12	6. Funktionalismus	36
2.1 Die Disziplin Design	12	6.1 Eine kurze Geschichte des Funktionalismus	36
2.2 Der Designprozess	14	6.2 Funktionalismus im Design	37
2.3 Design - Facettenreiches Werkzeug	16	7. Ästhetik	42
2.4 Ambivalenz im Design	18	7.1 Eine kurze Geschichte des guten Geschmacks	42
2.5 Fazit: Wann ist Design?	19	7.2 Ästhetik im Design	43
3. Der Designbegriff : Versuche und Probleme einer Definition	22	8. Fazit: Gutes Design - Zwischen Funktionalismus und Ästhetik	46
3.1 Definition Feige	22		
3.2 Definition Offersmann	23		
3.3 Definition Smolasrki	24		
3.4 Definition Steinbrenner	25		
3.5 Komplexität der Definition von Design	26		
4. Design und die Abgrenzung zur Kunst	28		
4.1 Eine kurze Entwicklung der Kunst	28		
4.2 Die Natur der Kunst	28		
4.3 Die Natur des Designs	30		

Inhalt B

1. Design & sein: Eine philosophische Reise	52
2. Zielgruppenanalyse	54
2.1 Methodik	54
2.2 Sinus Milieus	54
2.3 Personas	56
2.4 Fazit	62
3. Aufbau und Seitenplan	64
4. Textgestaltung	68
5. Farben und Formensprache	70
Literaturverzeichnis	74
Selbstständigkeitserklärung	79

1. Motivation

Die Idee für diese Arbeit entstand ursprünglich während meiner Bachelorarbeit, als ich im Grafikmagazin 2022/04 ein Interview mit der Designphilosophin Mara Recklies las. Sie sprach dabei über ihr Essay „Kriterien für gutes Design, die den Schaden maximieren: Überlegungen zur Kriteriologie des Designs“ und übte darin Kritik an den gängigen Designkriterien (Pahm, 2022). Ihr provokanter Ansatz hat mich sofort fasziniert. Besonders ihre Frage: *„Wie kann es sein, dass es so viele Kriterien für gutes Design gibt, aber Design nicht immer gut ist, selbst wenn sie befolgt werden?“* (Pahm, 2022, S. 29) regte mich zum Nachdenken an. Ich dachte mir damals, dass man dieses Thema doch genauer erforschen könnte, vielleicht sogar im Rahmen eines größeren Projekts. Über die Zeit entwickelte sich diese Idee weiter, und während meines Masterstudiums nahm sie eine klarere Gestalt an. Besonders im ersten Semester,

im Modul Erkenntnistheorie Medien, lernte ich die spannende Verknüpfung zwischen Designtheorie und Philosophie kennen. Hier begegnete ich auch Vilém Flusser und seinem Werk *„Die Schrift: Hat Schreiben Zukunft?“*. Es inspirierte mich durch seine Betrachtung von Schrift als Medium, das unsere Wahrnehmung und Gesellschaft prägt. Ähnlich sehe ich Design als eine Disziplin, die nicht nur gestaltet, sondern auch gesellschaftliche Strukturen beeinflusst. Flussers Fokus auf Wandel und Flexibilität regt dazu an, auch Design als dynamische Praxis zu verstehen, die sich ständig an neue kulturelle und technologische Rahmenbedingungen anpasst.

Die beiden zentralen Fragen, die mich seitdem beschäftigen, lauten: *„Was ist Design?“* und *„Was ist eigentlich gutes Design?“*. Diese grundlegenden Fragestellungen machen das Thema meiner Masterarbeit besonders

interessant, da sie eng mit den kritischen Gedanken von Mara Recklies verbunden sind. Sie hinterfragt die ideologisierte Natur vieler Designkriterien und argumentiert, dass diese oft irrational seien und den falschen Eindruck erwecken, man tue automatisch das Richtige, wenn man diese Kriterien einfach befolge (Recklies, 2021). Für mich war dieser Gedanke ein Weckruf: Nicht nur die Kriterien für gutes Design selbst müssen hinterfragt werden, sondern auch die zugrunde liegende Definition von Design. Was macht Design aus und warum ist diese Frage gerade in Verbindung mit gesellschaftlichen, ethischen und ästhetischen Themen so relevant? Mit dieser Fragestellung im Hinterkopf begann ich, die ursprüngliche Idee aus der Bachelorzeit weiterzuentwickeln. Meine Masterarbeit soll diese Kritikpunkte aufgreifen und das gängige Verständnis von (gutem) Design hinterfragen und dabei zum Nachdenken und auch zum

Perspektivenwechsel anregen. Dabei liegt ein Fokus auf der ästhetischen und funktionalen Ebene, die einen Gegenpol zueinander bilden, die so auch entsprechend im Designkanon verankert sind.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass meine Motivation für dieses Projekt aus einer Neugier erwächst: Einerseits, um die Definition von Design zu hinterfragen und zu schärfen, andererseits, um die bestehenden Kriterien für gutes Design kritisch zu reflektieren. Ich sehe darin eine Chance, nicht nur das Verständnis von Design zu vertiefen, sondern auch neue Perspektiven aufzuzeigen.

2. Was ist Design? - Eine philosophische Annäherung

Was ist Design? Diese scheinbar einfache Frage eröffnet bei genauerem Hinsehen eine Fülle von Perspektiven und Diskursen. Man könnte fast sagen, alles ist Design, alles ist irgendwie gestaltet worden. Doch wäre dann eigentlich nichts Design? Wäre dann nicht die viel passendere Fragen: „Wann ist Design?“. Fast alles um uns herum scheint Design zu sein (Dissel, 2016). Doch nicht jedes Entwerfen hat auch ein „Design“ zur Folge (Steinbrenner, 2016). Es stellt sich also die Frage nach dem gemeinsamen Kern, von den vielen Dingen die (vermeintlich) Design sind.

2.1 Die Disziplin Design

Die Disziplin Design ist geprägt von einer stetigen Ambivalenz (Bauer, 2021). Diese Ambivalenz spiegelt sich in der Vielseitigkeit der Disziplin wider: Einerseits steht sie vor der Aufgabe, praktische und funktionale

Anforderungen zu erfüllen, andererseits eröffnet sie Räume für kreative und ästhetische Freiheiten. Diese Dualität macht Design einzigartig, aber auch anspruchsvoll. Design ist somit eine Disziplin, die ständig in einem Spannungsfeld agiert. Die Disziplin Design muss sich kontinuierlich seinen Veränderungen und der Wandelbarkeit stellen, so Feige (2019). Offersmann (2021) wiederum rückt den exploratorischen und künstlerischen Moment des Designs in den Vordergrund. Design sollte daher mehr als nur ein Werkzeug zur Problemlösung sein, es muss auch als ein Mittel zur Entfaltung von Kreativität und neuen Ideen gesehen werden. Dieser exploratorische Ansatz müsse ernster genommen und bewusster in den Fokus gestellt werden, um die kreativen Potenziale des Designs voll auszuschöpfen, so Offersmann (2021). Der Disziplin Design liegt laut Koop (2019) das

Gestalten von Dingen zugrunde, damit meint er das Planen, Konzipieren und Entwerfen. Er sieht in Design eine Disziplin, die sich durch Ergebnisoffenheit auszeichnet und stets in Chancen denkt. Diese Offenheit ermöglicht es, verschiedenste Möglichkeiten zu erwägen und neue Perspektiven zu entwickeln. Dennoch gibt es nur wenig wirklich gesichertes Wissen oder festgelegte Grenzen. Diese Offenheit bietet große kreative Freiheiten, birgt jedoch gleichzeitig Herausforderungen, da klare Orientierungspunkte oft fehlen (Koop, 2023). Mareis (2013) beschreibt Design als ein Spezialistentum. Diese Spezialisierung kann zu einem Monopol führen, bei dem nur Expertinnen und Experten entscheiden, was (gutes) Design ist. Dies ist ein weiterer Aspekt, der die Ambivalenz der Disziplin ausmacht. Einerseits sorgt diese Spezialisierung für hohe Fachkompetenz, andererseits besteht die

Gefahr, dass Design zu einer elitären Disziplin wird, die nur von einem bestimmten Kreis verstanden und bewertet werden kann.

Die Disziplin Design ist geprägt von einer dynamischen Balance zwischen praktischen Anforderungen und kreativen Freiheiten. Sie lebt von der Offenheit, neue Möglichkeiten zu erkunden, und der Fähigkeit, sich ständig weiterzuentwickeln. Gleichzeitig birgt diese Offenheit auch Herausforderungen. Die Spezialisierung im Design trägt zwar zu seiner Qualität bei, kann aber zu einer elitären Wahrnehmung führen. Das Wesen der Disziplin Design liegt in seiner ständigen Reflexion und Weiterentwicklung. Es ist eine Disziplin, die nicht nur Antworten auf konkrete Probleme bietet, sondern auch Raum für Innovationen und kreative Experimente schafft. Genau diese Ambivalenz, zwischen Funktionalität

und Freiheit sowie zwischen Spezialisierung und Offenheit, macht Design zu einer einzigartigen und unverzichtbaren Disziplin in einer sich ständig verändernden Welt.

2.2 Der Designprozess

Wenn man sich mit der Frage: „Was ist Design?“ auseinandersetzt, führt dies zwangsläufig auch zur Frage: „Wie entsteht Design?“ und welche besonderen Merkmale prägen diesen Prozess? So wie die Disziplin Design an sich geprägt ist von Ambivalenz, so kommt diese auch wieder im Prozess zum Tragen. Der Designprozess ist geprägt von einem Wechselspiel aus Unsicherheit und Offenheit, so Koop (2023). Gerade diese Eigenschaften eröffnen jedoch einen nahezu grenzenlosen Raum für Kreativität. Es ist die Freiheit, alles zu hinterfragen, zu erkunden und sogar neu zu erfinden, die den Designprozess so einzigartig macht. Diese Offenheit ist meiner Meinung nach einer der Stärken des Designprozesses, da eben diese Offenheit den Prozess flexibel genug macht, um auf wech-

selnde Anforderungen einzugehen zu können. Andererseits stellt diese Freiheit im Prozess eine Herausforderung dar, weil sie Unsicherheit erzeugt. Der Designprozess bewegt sich in einem Spannungsfeld zwischen Freiheiten und Abhängigkeiten. Dies führt in jedem Prozess zu der Frage: „Wie viel Struktur ist notwendig, um den kreativen Prozesse zu lenken, ohne diesen einzuengen?“.

Offersmann (2021, S. 192) erläutert, dass es im Designprozess darum geht „... *Wahlmöglichkeiten zu erkunden, wahrzunehmen und offenzulegen*“. Jede Gestaltungsentscheidung hätte auch anders getroffen werden können. Dabei betont er, dass im Prozess das „wie“ stets vor dem „was“ steht. Die Methodik und Herangehensweise werden somit wichtiger als der Inhalt selbst. Auch Koop (2019) unterstreicht diese Offenheit des Designprozesses und fordert, dass dieser als iterativer und flexibler Ablauf verstanden werden müsse. In meiner Sichtweise ist der Designprozess ein zutiefst intuitiver Vorgang. Es gibt keine feste

Formel und keine vorgefertigte Anleitung, die man einfach befolgen könnte. Vielmehr zeichnet sich der kreative Designprozess dadurch aus, dass man sich bewusst für andere Wege und Möglichkeiten öffnet. Gerade diese Dynamik macht deutlich, dass der Prozess nicht geradlinig verläuft. Er ist vielmehr geprägt von Schleifen, Umwegen und dem Erkunden neuer Perspektiven. Auch Feige (2019) hebt hervor, dass Design prozessgetrieben ist und keinem klaren Script folgt. Er sieht die Improvisation als zentrale Grundidee des Designs. Der Prozess ist es, der den Weg bestimmt, wobei dieser wiederum eine „*unbestimmte Bestimmtheit*“ (Feige, 2019, S.63) in sich trägt, eine scheinbar paradoxe Mischung aus Offenheit und Struktur. Feige (2019) betont dabei wichtigerweise auch, dass trotz aller Offenheit der Designprozess keineswegs beliebig ist.

Koop (2019) und Offersmann (2021) unterstreichen die iterative Natur des Designprozesses. Entwickelt man dies weiter, so könnte man zu der Erkenntnis kommen, dass ein

Designprozess nie wirklich abgeschlossen ist, denn jedes Ergebnis könnte theoretisch weiterentwickelt werden. Ist dies nun eine Stärke oder eine Schwäche des Designprozesses? Auch wenn dies auf den ersten Blick als eine Schwäche interpretieren werden kann, ist es aus meiner Sicht eine Stärke. Allerdings macht es den Designprozess komplexer, da der Punkt gefunden werden muss, an dem man den Prozess (vorerst) beendet. Offersmann (2021) beschreibt den Designprozess als eine Art Übersetzungsprozess. Und es kann immer die Notwendigkeit geben, dass die Übersetzung angepasst oder neu gestaltet werden muss. So kann die iterative Natur des Designprozesses die volle Wirkung entfalten. Letztlich ist der Designprozess ein Balanceakt: zwischen Improvisation und Planung sowie zwischen Exploration und Zielsetzung. Er zeigt, dass Kreativität nicht nur Freiheit bedeutet, sondern auch Verantwortung: die Verantwortung, den richtigen Zeitpunkt und Weg zu finden, um entsprechende Inhalte zu übersetzen. Dieses Zusammenspiel aus Offenheit

und Struktur verleiht dem Designprozess, wie auch schon der Disziplin Design, seinen besonderen Charakter der „*unbestimmten Bestimmtheit*“ (Feige, 2019, S.63).

2.3 Design - Facettenreiches Werkzeug

Design ist zweifellos facettenreich, wie Feige (2019) betont. Dabei scheint der Begriff auf den ersten Blick eine positive Konnotation zu tragen, doch zugleich offenbart er eine Komplexität, die schwer zu greifen ist. Ist Design einfach nur ein Werkzeug, das wir nach Belieben einsetzen können, oder handelt es sich um etwas vielschichtigeres? Diese Ambivalenz zieht sich durch die gesamte Diskussion über die Natur von Design und macht die Disziplin gleichzeitig faszinierend und herausfordernd.

Carlson (2016) beschreibt Design als ein facettenreiches Werkzeug. Doch wozu dient dieses Werkzeug? Ist es ein Mittel, um ökonomische Ziele zu erreichen, oder vielmehr eines, um die Welt zu formen und zu ver-

stehen? Carlson (2016) sieht Design an der Schnittstelle zwischen Kommerz und Kultur. Design sollte sich jedoch nicht vollständig dem Kommerz unterordnen, sondern Räume für kulturelle und kreative Entfaltung bewahren. Meiner Meinung nach liegt die Stärke von Design genau in dieser Gratwanderung: die Fähigkeit, wirtschaftliche Anforderungen mit kreativen Ansätzen zu verbinden. Smolarski (2021) beschreibt Design als eine Disziplin, die sich im Wesentlichen durch Auftragsarbeit auszeichnet. Inhalte werden in Form gebracht, jedoch ohne, dass Designerinnen und Designer selbst großen Einfluss auf diese Inhalte nehmen können. Diese Sichtweise deutet darauf hin, dass Design oft als Mittel zur Umsetzung von Ideen anderer wahrgenommen wird. Offersmann (2021) ergänzt, dass Design stark von kommerzieller Beauftragung abhängt. Gleichzeitig warnt er davor, Design nur als Dienstleistung für äußere Zwecke zu betrachten. Obgleich Design oft Auftragsarbeit ist, so kann es viel mehr als Aufmerksamkeit generieren und lenken.

Eine andere Perspektive bringt Feige (2019) ein, der Design als einen ästhetischen und praktischen Schlüssel zu Welt beschreibt. Hier wird Design nicht nur als funktionales Werkzeug verstanden, sondern als eine Methode, der Welt eine Art Kontur zu verleihen. Es schafft Orientierung, indem es Komplexität reduziert und Zusammenhänge sichtbar macht. Diese Sichtweise wird auch von Recklies (Nölle, 2024) unterstützt, die im Design ein Mittel sieht, die Welt zu beeinflussen und zu lenken. Offersmann (2021) führt diesen Gedanken weiter aus und beschreibt Design als eine Fähigkeit, komplexe Situationen zu bewältigen. Carlson (2016) hebt hervor, dass Design uns nicht nur mit Veränderungen umgehen lässt, sondern auch die Möglichkeit bietet, diese aktiv zu gestalten. In einer zunehmend dynamischen Welt ist das eine essenzielle Eigenschaft, die Design zu einem unverzichtbaren Werkzeug macht.

Eines wird in diesen Sichtweisen deutlich: Design ist von Antagonismen geprägt. Es ist

gleichzeitig ein Werkzeug für kommerzielle Zwecke und ein Mittel zur Welterschließung, sowohl gebunden an äußere Anforderungen als auch eine kreative Disziplin, die neue Perspektiven eröffnet.

Diese Schlussfolgerung wirft die Frage auf, ob Design als Disziplin stärker reflektieren sollte, welche Werte transportiert werden und welche Verantwortung getragen wird. Recklies (Deutscher Design Club e.V., 2023) und Feige (2019) vertreten die Ansicht, dass Design niemals wertfrei sein kann, egal ob bewusst oder unbewusst. Feige (2019) argumentiert, dass es kein Design ohne Konsequenzen geben kann. Damit wird deutlich, dass Design eine Verantwortung in sich trägt, die weit über reine Ästhetik oder Funktionalität hinausgeht. Eine bewusste Reflexion dieser Verantwortung scheint daher unabdingbar, um den potenziellen Einfluss von Design auf Gesellschaft, Kultur und Ökonomie zu reflektieren und auch kritisch zu hinterfragen. Flusser (2022) warnt in diesem Zusammenhang, dass gerade

angesichts des schnellen technologischen Fortschritts und der immer neuen Möglichkeiten, die Verantwortung im Design oft vernachlässigt oder gar völlig vergessen wird. Fortschritt, so Flusser (2022), verleiht zwar immer neue Werkzeuge und Chancen, doch bleibt die Reflexion über die Konsequenzen oft zurück. Hier zeigt sich eine zentrale Herausforderung: Wenn die (potenziell negativen) Folgen eines Designs nicht ausreichend bedacht und reflektiert werden, entstehen unbeabsichtigte Effekte, die sich negativ auf gesellschaftliche Strukturen oder Umweltbedingungen auswirken können.

2.4 Ambivalenz im Design

Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln beleuchtet, ist die Disziplin Design ebenso wie der Designprozess selbst zutiefst von Ambivalenz geprägt. Bauer (2021) stellt dabei eine besonders spannende Gegenüberstellung auf: Er sieht Design als ein Werkzeug, das gleichermaßen unterwerfende wie auch emanzipatorische Funktionen erfüllen kann.

Es scheint, dass Design nicht eindeutig einer dieser Pole zuzuordnen ist, sondern stets beide Potenziale in sich trägt. Pohler (2021) ergänzt diese Perspektive, indem er darauf hinweist, dass Design sowohl einschränkend als auch unterstützend wirken kann. Er argumentiert, dass diese Einschränkungen, die durch Design entstehen, nicht notwendigerweise negativ sein müssen. Im Gegenteil: Ich denke in bestimmten Kontexten, beispielsweise bei der Schaffung von Strukturen oder der Ordnung von Chaos, kann diese Restriktion sogar als notwendig und förderlich empfunden werden. Design formt die Zukunft, indem es Möglichkeiten schafft und gleichzeitig Grenzen zieht. Doch genau in diesem Spannungsfeld liegt auch seine Ambivalenz.

Die Natur des Designs, die durch ihren Facettenreichtum und ihre Widersprüchlichkeit geprägt ist, erlaubt es, die Welt sowohl positiv und bereichernd als auch restriktiv und einschränkend zu gestalten. Doch dies ist immer auch Frage der Perspektive. Was aus

einer Sichtweise als innovativ und hilfreich erscheint, mag aus einer anderen als hinderlich oder gar problematisch empfunden werden. Design ist demnach nicht nur ein Spiegel unserer Werte, sondern auch ein Katalysator für die verschiedenen, manchmal auch widersprüchlichen, Bedürfnisse, die wir an unsere Welt stellen.

Die Ambivalenz von Design ist sowohl ein prägender, als auch ein essenzieller Bestandteil dieser Disziplin. Sie zeigt, dass Design kein statisches Werkzeug ist, sondern vielmehr ein dynamischer Prozess, der sich ständig zwischen Widersprüchen bewegt: zwischen Freiheiten und Einschränkungen sowie Emanzipation und Unterwerfung. Gerade diese Gegensätze machen Design so vielseitig und auch anpassungsfähig. Letztlich ist es eben diese Ambivalenz, die Design zu einer offenen und lebendigen Disziplin macht, die nicht nur formt, sondern auch geformt wird – von den Werten, die sie trägt, und den Perspektiven, die sie ermöglicht.

2.5 Fazit: Wann ist Design?

Die viel passendere Frage lautet nicht, wie anfangs formuliert: „Was ist Design?“, sondern vielmehr: „Wann ist Design?“. So kann man der komplexen und wandelbaren Disziplin gerecht werden. Nach Steinbrenner (2016) und Dissel (2016) besitzt etwas Design, wenn es von einer Person zu einem bestimmten Zweck entworfen wurde und auch so genutzt wird. Gegenstände werden zu Gegenständen des Designs, wenn ihre funktionalen Merkmale unter ästhetischen Gesichtspunkten bewertet werden. Diese Perspektive eröffnet eine spannende Reflexion über die Bedingungen, unter denen Design entsteht. Design ist kein statischer Stempel, dem man einem Objekt oder Prozess aufdrückt, sondern vielmehr eine Qualität, die sich aus Intention, Nutzung und Wirkung ergibt. Es geht nicht nur um das „was“ eines Designs, also das fertige Produkt, sondern vor allem um das „wie“ und „warum“ seiner Entstehung, so Offersmann (2021). Design ist geprägt von seiner Offenheit, neue Kontexte zu erschließen und zugleich ästhe-

tische wie funktionale Ansprüche zu verbinden. Es findet in einem Spannungsfeld statt, das die Disziplin flexibel und vielseitig macht. Doch gerade diese Offenheit stellt auch Anforderungen an Designerinnen und Designer, Verantwortung für die Wirkung und Konsequenzen ihres Schaffens zu übernehmen.

Die Frage „Wann ist Design?“ legt den Fokus darauf, dass Design kein universeller Zustand ist, sondern vielmehr eine situationsabhängige Qualität. Die Stärke von Design liegt in dieser Vielschichtigkeit: Es schafft Orientierung in der komplexen Welt, in der wir leben, sowie auch neue Perspektiven – und doch ist es nie frei von Widersprüchen oder Ambivalenzen. Meiner Ansicht nach ist Design weniger eine abgeschlossene Handlung als ein Prozess. Design entfaltet seine Bedeutung immer im Kontext seines Gebrauchs und der spezifischen Umstände, in denen es entsteht und wahrgenommen wird. In dieser Dynamik zeigt sich die Stärke von Design, aber auch seine Verantwortung. Zusammenfassend lässt

sich sagen, dass Design dort entsteht, wo bewusste Entscheidungen getroffen werden, die sowohl funktionale als auch ästhetische Aspekte berücksichtigen. Die Frage „Wann ist Design?“ ermöglicht es, den Wandel und die situative Natur der Disziplin zu verstehen und ihr gerecht zu werden.

3. Der Designbegriff : Versuche und Probleme einer Definition

3.1 Definition Feige

Der Philosoph Daniel Martin Feige (2019) beschreibt Design als eine Disziplin, die sich der gestalterischen Ausarbeitung praktischer Funktionen widmet und dabei Ästhetik mit Nutzen verbindet. Seiner Definition zufolge ist Design eine ästhetische sowie praktische Form der Welterschließung, die darauf abzielt, funktionale Probleme auf eine ästhetisch ansprechende Weise zu lösen und somit die Art und Weise, wie wir mit der Welt interagieren, bewusst zu gestalten.

Entwerfen und Gestalten sind für Feige (2019) jedoch keine starren, vorgegebenen Abläufe, sondern vielmehr offene und dynamische Prozesse. Das bedeutet, dass der Designprozess nicht nach einem strikten Schema abläuft, sondern Raum für Improvisation und unerwartete Entwicklungen lässt. Feige (2019)

beschreibt diese Improvisation als eine Form der ästhetischen Praxis: eine Fähigkeit, die nicht nur darauf abzielt, Probleme zu lösen, sondern auch das Potenzial hat, völlig neue Formen zu schaffen, die zuvor noch nicht existierten. Die Idee der Improvisation hebt hervor, dass es kein festes Skript gibt, dem Designerinnen und Designer folgen müssen. Stattdessen entsteht der Designgegenstand in einem schöpferischen Prozess, in dem Funktion und Form durch das Experimentieren und Erforschen ständig neu verhandelt werden. Diese Sichtweise macht deutlich, dass Design nicht nur als rein funktionale Tätigkeit verstanden werden kann, sondern auch eine künstlerische und philosophische Dimension besitzt.

Feiges Definition des Designs als ästhetisch und praktische Art und Weise zur Erschlie-

ßung der Welt (Feige, 2019) unterstreicht die zentrale Rolle von Kreativität und Improvisation. Der Begriff der Improvisation macht klar, dass Design nicht auf vorgefertigte Lösungen reduziert werden kann, sondern eine sehr offene und dynamische Disziplin ist. Feiges Betonung der Improvisation unterstreicht meiner Ansicht nach, dass Design nie vollständig abgeschlossen ist. Vielmehr bleibt es ein iterativer Prozess, der sich den aktuellen Bedürfnissen und Herausforderungen anpasst. Das könnte ein Argument dafür sein, dass Designerinnen und Designer nicht nur technische, sondern auch philosophische Kompetenzen benötigen, um mit dieser Offenheit umgehen zu können.

3.2 Definition Offersmann

Offersmann (2021) vergleicht Design mit dem Surfen: „Es gilt also nicht im Wasser zu sein,

sondern auf der Welle“ (Offersmann, 2021, S. 188). Diese Metapher beschreibt Design als dynamischen Prozess, der Geschick, Timing und die Fähigkeit erfordert, auf wechselnde Bedingungen einzugehen, ohne dabei das Gleichgewicht zu verlieren. Design wird somit als eine Art Balanceakt zwischen Reiz und Geschmack charakterisiert, bei dem Ästhetik und Funktion in ständiger Bewegung miteinander in Einklang gebracht werden müssen.

Ein zentrales Element dieser Definition ist das Gestalten als aktives Erkunden von Möglichkeiten (Offersmann, 2021). Offersmann widerspricht damit der Idee vorgegebenen Lösungen oder vermeintlichen Zwängen nachzugehen. Vielmehr betont er, dass Gestalten bedeutet, Alternativen wahrzunehmen, aufzudecken sowie aktiv zu erforschen (Offersmann, 2021). Diese Sichtweise hebt

die Freiheit und Kreativität hervor, die den Kern des Designprozesses bilden. Interessant ist auch die Rolle der Gestalterinnen und Gestalter, die Offersmann (2021) als Übersetzer oder Wanderne beschreibt. Sie bewegen sich zwischen verschiedenen Denkweisen, Kommunikationsstilen und Lebensansätzen. Dieser Vergleich macht deutlich, dass Design mehr ist als das Schaffen von Objekten. Es ist ein interdisziplinärer und kultureller Vermittlungsprozess. Besonders im Grafikdesign sieht Offersmann (2021) das Übersetzen als zentralen Fokus. Für Offersmann ist Design jedoch nicht nur pragmatisch. Er fordert, das explorative und künstlerische Moment des Designs ernst zu nehmen (Offersmann, 2021). Die Freude am Gestalten und die Möglichkeit, „in einem Leben mehrere Leben zu leben“ (Offersmann, 2021, S. 197), werden von ihm als essenzielle Bestandteile des Designprozesses angesehen.

Offersmanns Definition hebt den dynamischen und explorativen Aspekt von Design

hervor. Besonders die Metapher des Surfens ist eine zugängliche Art, den ständigen Balanceakt zwischen Ästhetik, Funktion und Wandel zu beschreiben. Die Betonung des Übersetzens als zentraler Aspekt macht deutlich, dass Design immer auch ein interdisziplinärer Dialog ist.

3.3 Definition Smolarski

Smolarski (2021) beschreibt Design als eine rhetorische Kunst, die darauf abzielt, Dinge zur Geltung zu bringen. Diese Perspektive betont die folgende Funktion des Designs: die Generierung und Lenkung von Aufmerksamkeit. Design wird somit als Medium verstanden, das Botschaften sichtbar macht und ihnen durch Gestaltung Bedeutung verleiht. Dabei vereint es zwei entscheidende Aspekte: Funktionalität und Ästhetik. Ein interessanter Punkt in Smolarskis Definition ist die Aussage, dass Design im Kern affirmativ sei (Smolarski, 2021). Diese Charakterisierung weist darauf hin, dass Design eher unterstützend und bestärkend ist. Smolarski (2021) beschreibt

Design zudem als primär auftragsbezogen: Designerinnen und Designer arbeiten mit gegebenem Inhalt, den sie in eine passende Form bringen, ohne selbst maßgeblich Einfluss auf den Inhalt zu nehmen. Das macht Design zu einer Dienstleistung, die oft im Spannungsfeld zwischen kreativer Freiheit und den Vorgaben von Auftraggeberinnen und Auftraggebern steht.

Smolarski (2021) bietet eine pragmatische Sicht auf Design, indem er dessen affirmativen Charakter und die Rolle als Auftragsarbeit betont. Diese Definition spiegelt die Realität vieler Designprozesse wider, insbesondere im kommerziellen Bereich, wo Designerinnen und Designer selten völlige kreative Freiheit genießen.

3.4 Definition Steinbrenner

Steinbrenner nährt sich der Frage nach der Essenz des Designs, indem er den Versuch unternimmt, einen gemeinsamen Kern für die Vielzahl von Dingen zu finden, die als Design

bezeichnet werden. Dabei stellt er fest, dass zwar nicht jedes Entwerfen zwangsläufig zu Design führt, aber jedes Design aus einem bewussten Entwerfen hervorgeht (Steinbrenner, 2016). Design ist demnach stets ein von Menschen gemachter Prozess, der einen bestimmten Zweck verfolgt und eine gezielte Nutzung ermöglicht. Ein Gegenstand besitzt nach Steinbrenner (2016) Design, wenn er von einer Person zu einem bestimmten Zweck entworfen wurde und auch in dieser Absicht genutzt wird. Gleichzeitig gibt er zu bedenken, dass es auch Objekte gibt, bei denen der ursprüngliche Zweck heute unbekannt ist oder sich verändert hat. Diese Beobachtung verdeutlicht, wie wandelbar die Bedeutung und der Kontext von Design sein können.

In seiner weiteren Definition konkretisiert Steinbrenner (2016): Gegenstände besitzen Design genau dann, wenn sie funktionale Werke sind, deren funktionale Merkmale unter einem ästhetischen Gesichtspunkt

innerhalb eines ästhetischen Zeichensystems bewertet werden. Diese Definition hebt die doppelte Dimension von Design hervor: Einerseits muss es funktionale Anforderungen erfüllen, andererseits wird es anhand ästhetischer Parameter bewertet.

Steinbrenners Ansatz überzeugt durch seine klare Differenzierung: Nicht jedes Entwerfen führt zu Design, aber jedes Design ist entworfen worden. Dies schafft eine Grundlage, um Design von anderen Gestaltungsprozessen abzugrenzen. Besonders die Verbindung von Funktionalität und Ästhetik innerhalb eines Zeichensystems verdeutlicht die vielschichtige Natur des Designs.

3.5 Komplexität der Definition von Design

Wie bisher festgestellt, ist die Disziplin Design geprägt von einer starken Vielschichtigkeit. Es ist eine Praxis, die sich bewusst dem Wandel verschreibt, ohne einem festen Skript zu folgen, wie Feige (2019) eindrücklich beschreibt.

Dieser fortwährende Veränderungsprozess erschwert naturgemäß den Versuch, eine klare, allgemeingültige Definition für Design zu formulieren. Stattdessen scheint die Disziplin selbst ständig in Bewegung zu bleiben, stets offen für Neuerfindungen und Anpassungen. Diese Eigenschaft wird von Schneider (2005) als eine missliche Lage beschrieben, doch sie ist zugleich essenziell für das Wesen des Designs. Vor dem Hintergrund neuer Technologien, wie der Künstlichen Intelligenz, könnte die Debatte um die Bedeutung von Design noch einmal ganz neu entfacht werden.

Ein weiteres Hindernis für eine präzise Definition ist die inflationäre Verwendung des Begriffs. Schneider (2005) stellt fest, dass heutzutage scheinbar alles „design“ ist. Der Begriff wirkt wie ein Modetrend, der sich über die Disziplin hinaus erstreckt. Smolarski (2021) geht noch einen Schritt weiter: Er kritisiert die schier grenzenlose Ausweitung des Designbegriffes, die es zunehmend schwierig macht, klare Trennlinien zu ziehen,

etwa zwischen Design, Kunst und Handwerk. Aus seiner Sicht ist es notwendig, den Begriff einzugrenzen, um die Essenz des Designs zu wahren und zu schärfen. Gleichzeitig weist Koop (2019) darauf hin, dass es kaum zufriedenstellende Definitionen von Design gibt, weder in der Theorie noch in der lexikalischen Praxis. Trotzdem argumentiert Feige (2019) überzeugend, dass das Fehlen einer festen Definition kein Problem darstellt. Im Gegenteil: Gerade weil Design eine so offene und flexible Disziplin ist, wäre eine starre, endgültige Definition eher hinderlich als hilfreich. Vielmehr sollte sich der Designbegriff in demselben Maße wandelbar sein wie die Disziplin selbst. Feige (2019) hebt hervor, dass jeder neue Designgegenstand, sei es ein materielles oder immaterielles Objekt, die Grenzen des Designs neu definiert. Design ist kein statisches Konzept, sondern ein lebendiger Prozess, der sich an die Anforderungen seiner Zeit anpasst. Es ist gerade diese Offenheit, die es ermöglicht, Formen und Funktionen immer wieder neu zu interpretieren.

Selbst rückblickend können nach Feige (2019) Objekte und Praktiken als Design erkannt werden, auch wenn sie ursprünglich nicht als solche definiert waren.

Eine Definition als Orientierung, nicht als Grenze: Es sollte nicht darum gehen, eine abschließende Definition für Design zu finden. Vielmehr könnte eine Definition als Orientierung dienen: ein flexibles Werkzeug, das Designerinnen leitet, ohne sie einzuschränken.

4. Design und die Abgrenzung zur Kunst

4.1 Eine kurze Entwicklung der Kunst

Schneider (2005) beschreibt die Kunst des Mittelalters als ein Feld, das sich weitgehend auf das Kunsthandwerk konzentrierte. Kunstwerke wurden in dieser Zeit häufig als Auftragsarbeiten produziert und besaßen in erster Linie einen funktionalen oder religiösen Zweck. Es gab keine klare Unterscheidung zwischen Kunst und Handwerk, da der Nutzen oft im Vordergrund stand. Schneider (2005) führt weiter aus, dass mit der Neuzeit eine fundamentale Veränderung begann: Kunstwerke entfernten sich zunehmend von ihrem Gebrauchszweck und begannen, eine eigene Existenz als freie Kunst zu entwickeln. Schneider (2005) führt dies auf die Zeit der Aufklärung zurück, als Künstlerinnen und Künstler begannen, sich von den Auftraggebern zu emanzipieren. Diese Epoche markierte eine entscheidende Wende, in

der sich eine Zweiteilung herauskristallisierte: Freie Kunst, die einen ästhetischen oder philosophischen Anspruch verfolgte, und zweckorientierte Kunst, die weiterhin einem praktischen Ziel diene.

Im 20. Jahrhundert erlebte die Kunst eine neue Phase der Grenzüberschreitung. Künstlerinnen und Künstler sowie Designende versuchten, das soziale Leben und die Kunst wieder enger miteinander zu verbinden, so Schneider (2005). Designobjekte, die zuvor oft als reine Gebrauchsgegenstände betrachtet wurden, begannen ihren Platz in Kunstgalerien und Museen zu finden. Diese Entwicklung verdeutlicht, wie fließend die Grenzen zwischen Kunst, Design und Handwerk sind.

4.2 Die Natur der Kunst

Bis ins 19. Jahrhundert spielte die Kunst vor allem als visuelles Medium eine zentrale Rolle,

wie Schneider (2005) feststellt. In dieser Funktion ging es nicht nur um das Schaffen, sondern auch um das Entdecken von Kunstwerken. Schneider (2005) greift hier die Gedanken von Duchamp auf, der betont, dass Kunst etwas ist, das entdeckt werden muss. Schneider (2005) fügt hinzu, dass die Interpretation oder Decodierung von Kunstwerken im Allgemeinen offen bleibt und sich dem klaren Verständnis oft entzieht. Diese offene Decodierung von Kunstwerken, wie Schneider sie beschreibt, zeigt, dass Kunst eine dialogische Qualität hat. Sie spricht nie nur in einer Sprache, sondern eröffnet Interpretationsräume, die individuell gefüllt werden können. Dies macht Kunst zu einem Raum der Freiheit, der sich weder messen noch vollständig definieren lässt. Koop (2019), ergänzt diese Perspektive, indem er hervorhebt, dass Kunst nicht messbar ist. Für ihn ist sie in ihrem Wesen expressiv und indivi-

duell – ein Medium, das die Welt hinterfragt und neue Perspektiven eröffnet (Koop, 2019). Diese Offenheit und Subjektivität verleiht der Kunst eine unvergleichliche Freiheit, die sie von anderen kreativen Ausdrucksformen unterscheidet.

Feige betont einen weiteren Aspekt der Kunst: ihre Fähigkeit zur Reflexion. Er beschreibt Kunstwerke als Objekte, die uns dazu einladen, über uns selbst und unsere Welt nachzudenken (Feige, 2019). Kunstwerke mit ihren autonomen und eigensinnigen Formgebungen fördern eine intensive Auseinandersetzung mit neuen Wahrnehmungen, so Feige (2019). Für ihn ist die Kunst außerdem durch ihre Zweckfreiheit charakterisiert, was sie von anderen gestalterischen Praktiken wie Design grundlegend abgrenzt (Feige, 2019). Feiges Betonung der Zweckfreiheit legt nahe, dass Kunst durch ihre Autonomie einen

besonderen Wert hat. Diese Zweckfreiheit könnte jedoch hinterfragt werden, da viele Kunstwerke auch eine politische, soziale oder kulturelle Funktion erfüllen. Im Gegensatz zu dieser Auffassung sieht Steinbrenner die Kunst nicht ausschließlich als zweckfrei an. Er argumentiert, dass Kunstgegenstände durchaus auch Gebrauchsgegenstände sein können (Steinbrenner, 2016). Gleichzeitig betont er jedoch, dass Kunstgegenstände, die zu einem praktischen Zweck verwendet werden, noch lange keine Designobjekte darstellen (Schneider, 2016). Diese Überlegung, ob Kunstgegenstände, die praktisch verwendet werden, noch Kunst sind oder bereits Design, regt dazu an, die Grenze zwischen beiden Disziplinen genauer zu betrachten.

Die Natur der Kunst liegt in ihrer Offenheit, der Zweckfreiheit und ihrer Fähigkeit, neue Perspektiven zu eröffnen. Gerade eben diese Offenheit macht Kunst zu einem einzigartigen Medium, das nicht nur ästhetisch ist, sondern auch zur Reflexion anregt.

4.3 Die Natur des Designs

Design hat in den letzten Jahrzehnten zunehmend die Rolle des dominanten visuellen Mediums übernommen, wie Schneider (2005) feststellt. Während Kunst sich durch ihre Zweckfreiheit auszeichnet, beschreibt Steinbrenner (2016) Designobjekte als eine Zwischenform, angesiedelt zwischen reinen Gebrauchsgegenständen und Kunstwerken. Feige (2019) vertieft diese Idee, indem er Designobjekte als Gebrauchsgegenstände definiert, die eine doppelte Dimension besitzen: eine praktische und eine ästhetische. Anders als Kunstwerke, die sich oft einer eindeutigen Bewertung entziehen, können Designobjekte laut Feige (2019) auch ethisch kritisiert werden. Diese Fähigkeit, nicht nur funktional und ästhetisch, sondern auch moralisch bewertet zu werden, zeigt, wie eng Design mit dem Alltag und den gesellschaftlichen Herausforderungen verwoben ist. Die Möglichkeit, Designobjekte ethisch zu bewerten, wirft wichtige Fragen auf. Wenn Design aktiv in gesellschaftliche Prozesse eingreift, trägt es

Verantwortung. Dies würde bedeuten, dass Designerinnen und Designer nicht nur ästhetische und funktionale, sondern auch moralische Kriterien berücksichtigen müssen.

Koop (2019) betont eine weitere zentrale Eigenschaft des Designs: seine forschende und transformative Natur. Design ist nicht statisch, sondern sucht stets nach neuen Wegen. Koop (2019) beschreibt Design als messbar, zumindest bis zu einem gewissen Grad. Diese Messbarkeit verweist auf den funktionalen Charakter des Designs, der jedoch immer auch von ästhetischen Überlegungen begleitet wird. Ein interessanter Punkt, der von Schneider (2005) hervorgehoben wird, ist die Möglichkeit, Designobjekte zu decodieren. Während Kunstwerke oft offen und mehrdeutig bleiben, sind Designobjekte darauf ausgelegt, verstanden und interpretiert zu werden. Diese Decodierbarkeit macht sie zu klaren Kommunikationsmitteln, die sowohl funktionale als auch symbolische Botschaften vermitteln können.

Die Natur des Designs liegt in seiner Fähigkeit, Funktion und Ästhetik zu vereinen und dabei Probleme auf kreative Weise zu lösen. Im Gegensatz zur Kunst ist Design messbar (Koop, 2019) und decodierbar (Schneider, 2005), was es zu einem effektiven Werkzeug für Veränderungen macht. Gleichzeitig trägt es eine ethische Verantwortung, da es aktiv in den Alltag und die Gesellschaft eingreift. Design ist ein Medium der Transformation und Kommunikation. Die Designphilosophin Mara Recklies stellt die These auf, dass Designkriterien mehr Schaden anrichten, als dass sie tatsächlichen Nutzen bringen (Recklies, 2021). Ihr zufolge wird oft übersehen, dass die scheinbar objektiven Beurteilungsmaßstäbe den individuellen und kontextuellen Anforderungen eines Designs nicht gerecht werden können. Statt Orientierung zu schaffen, laufen sie Gefahr, den kreativen Spielraum zu beschneiden. Durch die Universalität und mangelnde Reflexion werden Designkriterien schnell zu einem Hindernis für echte Innovation und Vielfalt.

5. Kriteriologie des Designs

Ein besonders bekanntes Beispiel für Kriterien in der Disziplin Design sind die „Zehn Thesen für gutes Design“ des Produktdesigners Dieter Rams, die seit Jahrzehnten als Referenzpunkt, insbesondere in der Hochschullehre, gelten. Rams' Prinzipien haben ohne Zweifel ihre Relevanz, doch auch sie tragen eine Subjektivität in sich, die selten kritisch hinterfragt wird. Bauer (2021) sieht es als hochproblematisch an, wenn der Designnachwuchs, entsprechende Kriterien unreflektiert hinnimmt ohne diese zu hinterfragen. Interessanterweise relativiert Rams selbst den Status seiner Kriterien: *„Die Qualität von Design kann nicht messbar bestimmt und beurteilt werden ...“* (Rams, 2018, S. 73). Damit entzieht er seinen eigenen Kriterien ein Stück weit den universellen Geltungsanspruch. Seine Kriterien bezeichnet Rams vor allem subjektiv geprägte Orientierungspunkte (Rams, 2018). Auch Designphilosophin Mara Recklies sieht

in Designkriterien im allgemeinen eher eine Orientierungshilfe (Nölle, 2024). Recklies vertritt dabei die These, dass Designkriterien nichts sind, an das man sich fest klammern sollte, denn sonst könnten Potenziale übersehen werden (Nölle, 2024).

Doch warum gibt es so viele Designkriterien, die den Eindruck erwecken, sie könnten gutes Design garantieren? Hier zeigt sich eine fundamentale Frage: Gibt es überhaupt einen universellen Maßstab für gutes Design? Smolarski (2021) bezweifelt dies deutlich. Seiner Ansicht nach sind Designkriterien nicht grundsätzlich (a priori) gegeben, sondern kulturelle Konstrukte, die sich aus den sozialen, historischen und wirtschaftlichen Bedingungen zusammensetzen (Smolarski, 2021). Recklies weist darauf hin, dass viele Menschen aufgrund von Designkriterien überzeugt seien, „das Richtige“ zu tun, doch

genau hierin liegt ein großes Problem (Pahm, 2022). Es ist hochproblematisch sein Handeln allein auf Designkriterien zu stützen. Oftmals verbergen sich dahinter nur irrationale Glaubenssätze und weniger rational begründete Argumente, so Recklies (Pahm, 2022). Auch Smolarski (2021) unterstreicht, dass viele Designkriterien, so fundiert sie auch erscheinen mögen, oft kaum wissenschaftlich hinterlegt sind. Ein Beispiel hierfür sei die AIDA-Formel, die häufig im Kommunikationsdesign verwendet wird. Trotz ihres pragmatischen Nutzens fehlt es dieser Formel an tiefgreifender Reflexion über die tatsächlichen Konsequenzen von Designentscheidungen (Smolarski, 2021). Die Annahme, dass der Wert eines Designs durch das bloße Erfüllen bestimmter Kriterien bemessen werden kann, wird auch von Koop (2019) scharf kritisiert. Er plädiert dafür, den Wert eines Designs nicht isoliert anhand von Vorgaben zu bewerten, sondern

im Kontext seiner sozialen, ökologischen und kulturellen Auswirkungen. Ein Design könne nicht losgelöst von seinen realen Konsequenzen beurteilt werden, so Koop (2019). Auch Feige (2019) sieht den Zweck eines Designs als den entscheidenden Maßstab. Denn eben diese bilden den Rahmen für dessen Beurteilung von Form und Funktion. Doch genau hier zeigt sich eine zentrale Schwäche vieler Designkriterien, wie Recklies (2021) bemerkt: Es ist oft unklar, ob sich ein bestimmtes Kriterium auf die Mittel oder auf den Zweck eines Designs bezieht.

Die Ansichten der Autorinnen und Autoren machen deutlich, dass Designkriterien zwar Orientierung bieten können, aber niemals als absolute Maßstäbe betrachtet werden sollten. Ihre Universalität ist ein Trugschluss, da sie kulturelle, soziale und historische Kontexte oft nicht berücksichtigen. Es ist wichtig, Design-

kriterien dynamisch und vor allem kontextabhängig zu betrachten. Die Anwendung solcher Kriterien sollte stets von einer kritischen Reflexion begleitet werden, um die spezifischen Anforderungen eines Designs nicht zu ignorieren.

Trotz aller Kritik betont Recklies (2021), dass Designkriterien eine erhebliche Macht besitzen, auch wenn deren Anwendung und Hintergrund stets kritisch hinterfragt werden müssten. Designkriterien können ohne Zweifel, wie bereits erwähnt, Orientierung bieten, doch sie setzen auch Grenzen. Mit jeder getroffenen Entscheidung werden immer auch andere potenzielle Möglichkeiten ausgeschlossen. Dies wirft die grundlegende Frage auf, wer überhaupt die Macht hat, zu entscheiden, welche Kriterien den Status quo bestimmen. Wie werden diese Kriterien überprüft? Wer entscheidet über ihre Gültigkeit? Und wie lange bleiben sie relevant? Diese Überlegungen führen zu einem zentralen Problem: Designkriterien schaffen oft die

Notwendigkeit neuer Kriterien, die wiederum überprüft werden müssten. So entsteht ein Teufelskreis, der die Frage aufwirft: Wann und wie können Designkriterien wirklich zu gutem Design führen?

6. Funktionalismus

6.1 Eine kurze Geschichte des Funktionalismus

Die Geschichte des Funktionalismus ist eng mit der Idee verknüpft, dass die praktisch-technische Funktion eines Designobjekts das zentrale Kriterium für dessen Gestaltung sein soll. Schneider (2005) beschreibt ebenso, dass der Gebrauchswert im Funktionalismus klar im Vordergrund steht. Die Optimierung eben dieser Gebrauchswerte wird zur obersten Maxime erhoben. Dabei werden andere ästhetische oder symbolische Werte nahezu vollständig ausgeklammert (Schneider, 2005). Aus funktionalistischer Sicht bestimmt allein die Nützlichkeit eines Designs dessen Wert. Diese klare, fast minimalistische Ausrichtung lässt jedoch kaum einen Raum für andere Perspektiven und wurde somit auch ab den 1970er-Jahren zunehmend durch die Postmoderne infrage gestellt, wie Schneider (2005) beschreibt.

Der Funktionalismus hatte mit Louis H. Sullivans berühmtem Prinzip „form follows function“ einen richtungsweisenden Grundsatz (Schneider, 2005). Sullivan, einer der frühen Theoretiker dieser Bewegung, vertrat die Ansicht, dass sich die ästhetische Form eines Objekts direkt aus seiner funktionalen Aufgabe ableiten sollte. Schneider (2005) führt weiter aus, dass diese Idee ihren Höhepunkt in den Arbeiten des Deutschen Werkbunds, des Bauhauses und später der Hochschule für Gestaltung Ulm fand, die bis in die 1970er-Jahre hinein diese Denkweise verfolgten. Interessanterweise ist die Suche nach idealen Formen keineswegs eine Erfindung des Funktionalismus, so Schneider (2005). Schon lange vor seiner Entstehung suchten Gestalterinnen und Gestalter nach „perfekten“ Gestaltungsprinzipien. Doch erst im Zeitalter der Industrialisierung wurde der Funktionalismus durch die industrielle Ästhetik besonders

stark geprägt (Schneider, 2005). Dennoch stieß der Funktionalismus auch auf Kritik, insbesondere im Hinblick auf seine ideologischen Überhöhungen. Einer der markantesten Gegenstimmen war laut Schneider (2005) Theodor W. Adorno, der 1965 vor dem Deutschen Werkbund einen Vortrag hielt. Adorno kritisierte dabei den Funktionalismus nicht nur für seinen Verzicht auf Ornamente, sondern für den damit einhergehenden Verlust von Menschlichkeit (Schneider, 2005). Diese Kritik markierte nach Schneider (2005) einen Wendepunkt, da sie die emotionalen und kulturellen Dimensionen von Design in den Fokus rückte – Aspekte, die der Funktionalismus zuvor bewusst ausgeblendet hatte.

Mit der Postmoderne begann sich der Funktionalismus schließlich aufzulösen führte Schneider (2005) weiter aus. Die strikte Orientierung an Nützlichkeit und Funktion wich

einem Pluralismus an Stilen und Einflüssen. Diese neue Ära ermöglichte eine breitere und vielseitigere Herangehensweise an Design, bei der auch Ästhetik und kulturelle Narrative wieder eine zentrale Rolle spielen durften.

6.2 Funktionalismus im Design

Der Funktionalismus im Design wurde oft als Ideal glorifiziert und nahezu dogmatisch als Maßstab für gute Gestaltung propagiert. Doch wie berechtigt ist diese Überhöhung? Recklies (2021) stellt in Frage, ob hohe Funktionalität wirklich gutes Design kennzeichnet. Sie kritisiert die einseitige Fokussierung auf Funktion als unzureichend und eröffnet damit eine wichtige Debatte.

Max Bill (2018) argumentiert, dass der Funktionalismus auf lange Sicht nicht tragfähig sei. Seiner Meinung nach reicht reine Zweckmäßigkeit nicht aus, um Design zu beurtei-

len. Er sieht die ästhetische Komponente als ebenso unverzichtbar und betont, dass diese ein integraler Bestandteil eines gelungenen Designs sein muss (Bill, 2018). Im Gegensatz dazu erkennt Smolarski (2021) die funktionale Nützlichkeit als unabdingbares Kriterium an: Fehle diese, sei ein Objekt kein Design, sondern „lediglich“ Kunst. Diese Perspektive teilt auch Feige (2019), der betont, dass Designobjekte immer eine spezifische Funktion erfüllen sollen. Allerdings differenziert Feige (2019) zwischen internen und externen Funktionen. Während interne Funktionen die Grundaufgaben eines Objekts betreffen, beschreiben externe Funktionen zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten. Feige (2019) weist zusätzlich darauf hin, dass ein Objekt seine Funktion beibehält, selbst wenn es nicht aktiv genutzt wird. Auch Dieter Rams, bekannt für seine „10 Thesen für gutes Design“, betont die Wichtigkeit von Funktionalität. Ein gut gestaltetes Objekt müsse in erster Linie nützlich sein, so Rams (2018). Gleichzeitig kritisiert er jedoch den Funktionalismus als oft zu „begrenzt und pu-

ritanisch“ (Rams, 2018, S. 74). Das zeigt, dass auch innerhalb dieses Kanons ein Bewusstsein für die Grenzen des Funktionalismus besteht.

Ein zentrales Credo des Funktionalismus, das immer wieder zitiert wird, ist das berühmte: „form follows function“ von Louis Sullivan. Schneider (2005) beschreibt diese Sichtweise als prägend für den Funktionalismus im Design. Doch Smolarski widerspricht dieser einfachen Kausalität. Er ist der Meinung, dass Funktionen keine eindeutigen Formen vorschreiben können (Smolarski, 2021). Unterstützt wird diese Sichtweise von Offersmann (2021), der betont, dass die Übersetzung einer Funktion auf unterschiedliche Weise interpretiert und umgesetzt werden kann. Smolarski (2021) fügt hinzu, dass die Form eines Objekts eng mit den ästhetischen und funktionalen Erwartungen der Nutzerinnen und Nutzer verknüpft sei. Feige geht noch einen Schritt weiter und kritisiert das Konzept „form follows function“ als stark vereinfachend: „Es ist schlichtweg falsch, dass aus

einer Funktion eine Form folgt; durch diese These wird der produktive und konstruktive Charakter der Designpraxis zu etwas herabgesetzt, was vorgängig gegebenen Antworten gehorchen soll“ (Feige, 2020, S. 54). Nach Feige (2020) ist die Form also keine passive Antwort auf funktionale Anforderungen, sondern vielmehr ein aktiver, kreativer Prozess, der durch die Gestaltenden geprägt wird.

Diese Überlegungen führen unweigerlich zu einer wichtigen Frage: Wenn gutes Design funktional ist – für wen ist es dann gut? Recklies (2021) bringt einen kritischen Punkt ins Spiel, indem sie darauf hinweist, dass funktionales Design immer nur für die zuvor definierte Intention gut sein kann. Doch ob es auch ethisch, ökologisch oder sozial verträglich ist, bleibt eine völlig andere Frage. Funktionalität allein kann also niemals der Maßstab für moralisches Design sein. Dies verdeutlicht Recklies (221) an einem vernichtenden Beispiel: Konzentrationslager waren für ihre definierte Intention funktional und gut ge-

staltet, doch die moralische Dimension bleibt hierbei völlig indiskutabel. Abschließend stellt Recklies (2021) die These auf, dass der Funktionalismus möglicherweise als Ausdruck einer Sinnsuche im Design entstanden sein könnte – letztlich nur ein weiterer „-ismus“, der eine gewisse Orientierungslosigkeit in der Gestaltung widerspiegelt.

Der Funktionalismus im Design zeigt, wie schwierig es ist, klare Maßstäbe für gutes Design zu definieren. Während einige wie Bill (2018) und Feige (2019, 2020) auf die Notwendigkeit ästhetischer Komponenten hinweisen, betonen andere wie Smolarski (2021) und Rams (2018) die zentrale Rolle der Funktionalität. Die Kritik am Funktionalismus, ob als zu nüchtern oder moralisch fragwürdig, verdeutlicht, dass Funktionalität allein kein ausreichendes Kriterium für gutes Design sein kann. Vielmehr braucht es ein Zusammenspiel aus Ästhetik, Ethik und Funktion, um Design wirklich ganzheitlich zu betrachten. Die reine Zweckmäßigkeit als Maßstab für gutes Design

ist problematisch. Gutes Design erfordert immer auch eine ästhetische und moralische Dimension.

Design sollte nicht auf Funktion reduziert werden, sondern auch ästhetische und ethische Werte reflektieren. Besonders wichtig erscheint mir die Forderung, dass Design nicht nur für eine klar definierte Intention gut sein sollte, sondern auch gesellschaftliche und ökologische Verantwortung tragen muss. Der Funktionalismus bietet zwar eine solide Grundlage, doch die wahre Stärke von Design liegt in seiner Fähigkeit, Ästhetik, Funktionalität und Moral miteinander zu verbinden.

7. Ästhetik

7.1 Eine kurze Geschichte des guten Geschmacks

Die Geschichte des Geschmacks ist tief in kulturellen und gesellschaftlichen Entwicklung verwurzelt. Schneider (2005) führt aus, dass sich mit der Aufklärung des 17. Jahrhunderts der Begriff des Geschmacks als zentrale Kategorie des ästhetischen Diskurses etablierte. Diese Epoche brachte eine entscheidende Wende: Die Idee des Geschmacks löste sich von starren, universellen Normen und führte zu einer zunehmenden Subjektivierung, so Schneider (2005). Nun wurde anerkannt, dass ästhetische Urteile nicht objektiv gegeben, sondern individuell empfunden werden. Das legte den Grundstein für die Vorstellung, dass ästhetische Werte in den Augen der Betrachtenden liegen. Eine Folge dieser Entwicklung war die Einsicht, dass Geschmack nicht bloß angeboren ist, sondern gebildet werden kann und auch gebildet werden muss

(Schneider, 2005). Dies eröffnete nicht nur neue Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung, sondern schuf gleichzeitig eine klare soziale Differenzierung. Der gute Geschmack wurde zu einem erstrebenswerten Ideal, das als Zeichen von Intellekt und sozialem Status galt, so Schneider (2005). Interessanterweise führte diese Subjektivierung des Geschmacks auch zu seiner Relativierung: Geschmack wurde nicht mehr als unumstößlich betrachtet, sondern vielmehr als etwas, das hinterfragt und kritisiert werden kann. Diese kritische Reflexion über den vorherrschenden Geschmack ermöglichte es, bestehende Normen zu hinterfragen und neue ästhetische Werte zu erschaffen (Schneider, 2005). Dennoch blieb der Geschmack bis ins 19. Jahrhundert eine exklusive Domäne. Die Beurteilung dessen, was als „guter Geschmack“ galt, lag in den Händen einer kleinen Minderheit, zumeist der gebildeten und privilegierten

Oberschicht, führte Schneider (2005) weiter aus. Dies zeigt, dass Geschmack keineswegs eine rein individuelle oder neutrale Kategorie war, sondern stets auch eine soziale Funktion erfüllte. Er diente als Mittel der Abgrenzung, als Markierung von Zugehörigkeit oder Ausschluss innerhalb der Gesellschaft. Die Fähigkeit, über Geschmack zu urteilen, wurde zum Ausdruck von Macht und kultureller Hegemonie. Die soziale Funktion des Geschmacks ist besonders interessant, da sie zeigt, wie ästhetische Urteile nie völlig unabhängig von gesellschaftlichen Kontexten sind.

7.2 Ästhetik im Design

Die vorherrschende Ästhetik im Design ist unbestreitbar von westlichen Vorstellungen geprägt, wie Recklies (2021) betont. Diese Ästhetik wird zu oft als universeller Standard betrachtet, der scheinbar weltweit akzeptiert wird. Doch gerade hierin sieht die Design-

philosophin ein erhebliches Problem: Diese vermeintliche Universalität führt vermehrt zu Ausgrenzungen und verstärkt bestehende Ungleichheiten, denn eine universelle Ästhetik, die für alle Kulturen gleichermaßen Gültigkeit besitzt, existiert schlichtweg nicht (recklies, 2021). Recklies plädiert daher für mehr Inklusivität im Design und eine bewusste Abkehr von der Exklusivität westlicher Maßstäbe (Recklies, 2021).

Ein prägnantes Beispiel für die Dominanz der westlichen Ästhetik sind Ornamente. Sie stellen den handwerklichen Vorläufer des modernen Designs dar und können als die erste ästhetische Ausdrucksform des Gestaltens angesehen werden, wie Schneider (2005) erläutert. Ornamente dienen dazu, Strukturen zu ordnen und Flächen zu gliedern. Doch während sie einst eine zentrale Rolle spielten, wurden sie im 19. Jahrhundert zunehmend als

Symbol der Geschmacklosigkeit abgewertet und durch den Funktionalismus weiter verdrängt, so Schneider (2005). Weiter weist Schneider dabei auf den Philosophen Theodor W. Adorno, der den Verzicht auf Ornamente als einen Verlust an Menschlichkeit interpretierte (Schneider, 2005). Loos (2018) unterstreicht diese Entwicklung und beschreibt, wie Ornamente aktiv aus der Disziplin Design entfernt wurden – eine Entwicklung, die er als „... der Vernichtung preisgegeben“ (Loos, 2018, S. 55) charakterisiert. Genau an diesem Punkt sieht Recklies (2021) die problematische Abwertung anderer kultureller Ästhetiken: Während Ornamente im Westen als Ausdruck von Geschmacklosigkeit oder gar als „Verbrechen“ gelten, wird ihre Bedeutung im Osten vollkommen anders wahrgenommen.

Schneider (2005) hebt hervor, dass Ästhetik, beziehungsweise (guter) Geschmack, nicht etwa ein universelles Phänomen ist, sondern subjektiv erworben, erlernt und gebildet wird.

Gleichzeitig bedeutet dies jedoch nicht, dass Ästhetik etwas rein Subjektives ist. Vielmehr handelt es sich um ein komplexes Zusammenspiel von kulturellen und gesellschaftlichen Faktoren.

Design besitzt unweigerlich eine ästhetische Dimension, wie Feige (2019) argumentiert. Für den Philosophen ist die ästhetische Komponente eines Designs untrennbar mit seiner Funktion verbunden, da die Funktion maßgeblich die Formgebung bestimmt. Diese Verbindung führt Feige (2019) zur Auffassung, dass die Ästhetik des Designs primär eine Ästhetik des Gebrauchs ist. Auch Rams (2019) vertritt die Ansicht, dass die ästhetische Qualität eines Designs eng mit der Nützlichkeit des Produkts verknüpft ist. Dennoch stellt sich die Frage, ob Ästhetik allein Design begründen kann oder sollte. Burkhardt (2018) geht einen Schritt weiter und hinterfragt, ob die Schönheit eines Designs aus seiner Zweckmäßigkeit resultiert oder ob der Designer diese Schönheit erst nachträglich hinzu-

fügt. Dieser Gedanke legt nahe, dass Ästhetik im Design weit mehr als nur eine funktionale Rolle spielen könnte und möglicherweise eine eigene, unabhängige Bedeutung besitzt.

8. Fazit: Gutes Design - Zwischen Funktionalismus und Ästhetik

Die Frage, was gutes Design ausmacht, bleibt komplex und vielschichtig. In der Auseinandersetzung mit Theorien und Perspektiven verschiedener Autorinnen und Autoren zeigt sich deutlich, dass gutes Design weder allein durch Funktionalität noch durch Ästhetik definiert werden kann. Vielmehr ist es ein Zusammenspiel beider, ergänzt durch gesellschaftliche, ethische und kulturelle Aspekte.

Koop (2019) beschreibt gutes Design als sinnstiftend und wertorientiert, es sollte den Menschen in den Mittelpunkt stellen und gleichzeitig Verantwortung für die Welt übernehmen. Dieser Ansatz verdeutlicht, dass Design nicht nur zweckmäßig oder schön sein darf, sondern auch die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen seiner Gestaltung reflektieren muss. Auch Recklies betont die Bedeutung einer kritischen Auseinanderset-

zung mit dem Designkanon, um die Theorie des Designs weiterzuentwickeln und festgefahrene Paradigmen zu hinterfragen (Nölle, 2024). Vilém Flusser (2022) sieht in Design eine Balance zwischen Funktionalität und ästhetischen Idealen. Für ihn ist Design mehr als nur die Lösung praktischer Probleme, denn es soll auch einen kulturellen und künstlerischen Wert haben. Steinbrenner (2016) führt diesen Gedanken fort, indem er gutes Design als die gelungene ästhetische Umsetzung technischer Vorgaben definiert. Diese Sichtweise findet sich auch bei Kaufmann (2018), der die Verschmelzung von Form und Funktion als zentrales Merkmal von gutem Design beschreibt.

Max Bill (2018) übt hingegen Kritik am Funktionalismus und warnt davor, die reine Zweckmäßigkeit als alleiniges Kriterium für

gutes Design zu sehen. Seiner Meinung nach sollte Schönheit ein unverzichtbares Element bei der Beurteilung von Design sein. Auch Recklies' Überlegungen zu Designkriterien führen zu folgender Fragestellung: Wenn es so viele Kriterien für gutes Design gibt, warum gibt es dann auch so viel schlechtes Design? Diese Aussage lenkt den Blick auf die oft fehlende Reflexion und den ideologischen Charakter vieler Designkriterien.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Frage nach Macht und Privilegien, die Recklies (2021) aufwirft: Wer entscheidet eigentlich, was gutes Design ist? Diese Frage zeigt, dass Design nicht nur eine Frage der Gestaltung ist, sondern auch von sozialen und kulturellen Dynamiken beeinflusst wird. Die Herausforderung liegt darin, Design neu zu denken – nicht als festgelegte Disziplin, sondern als

dynamischen Prozess, der sich ständig weiterentwickelt und dabei unterschiedliche Perspektiven einbezieht.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass gutes Design immer im Spannungsfeld zwischen Funktionalität und Ästhetik steht. Es sollte nicht nur den praktischen Anforderungen gerecht werden, sondern auch einen ästhetischen Mehrwert schaffen und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Gutes Design ist sinnstiftend, reflektiert sowie inklusiv und es hinterfragt bestehende Konventionen und entwickelt neue Ansätze, um den Menschen und die Welt gleichermaßen in den Mittelpunkt zu stellen. Die Zukunft des Designs liegt darin, dieses Zusammenspiel immer wieder neu zu definieren und den Diskurs offen zu halten, statt sich auf starre Kriterien zu verlassen.

Inhalt B

1. Design & sein: Eine philosophische Reise	50
2. Zielgruppenanalyse	52
2.1 Methodik	52
2.2 Sinus Milieus	52
2.3 Personas	54
2.4 Fazit	60
3. Aufbau und Seitenplan	62
4. Textgestaltung	66
5. Farben und Formensprache	68
Literaturverzeichnis	72
Selbstständigkeitserklärung	77

1. Design & sein: Eine philosophische Reise

„Design & sein“ ist ein experimentelles Buch, das als philosophische Reise in die Welt des Designs konzipiert wurde. Es hinterfragt bestehende Designkonventionen, untersucht die Ambivalenz zwischen Funktionalismus und Ästhetik und lädt die Lesenden dazu ein, Design neu zu denken.

Das handliche Format von 140 mm x 210 mm habe ich gewählt um eine ästhetische Darstellung zu gewährleisten – eine Form, die die Essenz der zugrunde liegenden Theorie widerspiegelt. Für die Druckproduktion kam ein 120 g/m² Papier zum Einsatz, das eine entsprechende haptische Wertigkeit vermittelt und so dem komplexen Thema gerecht wird. Die Bindung als Schweizer Broschur mit offener Fadenstichheftung sorgt zudem für ein gutes Aufschlagverhalten und verbindet traditionelles Handwerk mit modernen technischen Anforderungen.

Inhaltlich setzt sich das Buch mit den zentralen Fragen: "Was ist Design?" und "Was macht gutes Design aus?" auseinander. Dabei wird deutlich, dass Design kein statisches Konzept ist, sondern sich im Spannungsfeld zwischen Ambivalenzen und Antagonismen bewegt. Die gestalterische Umsetzung folgt dieser Dualität: Eine klare serifenlose Schrift bildet die Basis, während eine expressive Akzentschrift kreative Freiheiten und spielerische Momente einbringt. Die Farbgestaltung mit funktionalem Blau, lebendigem Peach und begleitendem Flieder unterstreicht diesen Kontrast.

„Design & sein“ ist mehr als eine theoretische Abhandlung – es ist eine visuelle und inhaltliche Reflexion über die Disziplin Design. Es lädt die Lesenden dazu ein, bekannte Konventionen zu hinterfragen, neue Perspektiven zu entdecken und Design als eine offene, dynamische Praxis zu begreifen.



2. Zielgruppenanalyse

2.1 Methodik

Eine fundierte Zielgruppenanalyse ist essenziell, um eine Publikation zu gestalten, die nicht nur visuell ansprechend ist, sondern auch inhaltlich die Interessen der Lesenden trifft. Gerade bei einer Publikation wie „Design & sein“, die Design aus philosophischen, kulturellen und gesellschaftlichen Perspektiven beleuchtet, ist es entscheidend, die Zielgruppe genau zu verstehen.

Die Sinus Milieus bieten eine gute Grundlage, um Zielgruppen zu analysieren. Sie ordnen Menschen in gesellschaftliche Gruppen ein, die sich durch ähnliche Werte, Lebensstile und soziale Einstellungen auszeichnen (Sinus Milieus Deutschland, o. D.). Diese Methode ermöglicht es, die Lebenswelt der potenziellen Leserinnen und Leser zu erfassen und besser zu verstehen. Für die Entwicklung von Personas, die exemplarisch die Zielgruppe re-

präsentieren, greife ich bewusst auf die Sinus-Milieus zurück. Sie helfen mir, die Komplexität der Zielgruppe in greifbare Charaktere zu übersetzen, die sowohl den inhaltlichen Fokus des Buches als auch dessen gestalterische Ansätze beeinflussen können. Durch diese detaillierte Analyse schaffe ich eine Grundlage, um mein Werk passgenau auf die Bedürfnisse und Interessen der Leserinnen und Leser abzustimmen.

2.2 Sinus Milieus

„Design & sein“ richtet sich an eine reflektierte und kreative Zielgruppe, die ein Interesse an Design als kulturelle und gesellschaftliche Praxis mitbringt. Sie schätzt philosophische, ästhetische und funktionale Perspektiven auf Design und sucht Inspiration jenseits konventioneller Denkansätze. Die primäre Zielgruppe lässt sich somit vorrangig in das Postmaterielle und Expeditiv Milieu einteilen. Das

Postmaterielle Milieu gilt als bildungshungrig und werteorientiert mit starkem Interesse an Kultur und gesellschaftlichen Engagement (Sinus Milieus Deutschland, o. D.). Diese Zielgruppe würde sich für sich für die ethischen und gesellschaftlichen Folgen von Design interessieren. Sie sind auf der Suche nach sinnstiftenden Inhalten und könnten eine kritische Reflexion der Designtheorie schätzen. Das Expeditiv Milieu ist stets auf der Suche nach neuen Erfahrungen, die ihren kreativen Horizont erweitern. Im weiteren sind sie als technologieaffin und unkonventionell charakterisiert (Sinus Milieus Deutschland, o. D.). Das Hinterfragen von gängigen Konventionen in der Disziplin Design könnte diese Zielgruppe ansprechen. Ferner richtet sich das Buch auch an Lesende aus dem Neoökologischen Milieu. Personen dieses Milieus sind sowohl idealistisch als auch gesellschaftskritisch orientiert und haben dabei ein starkes Prob-

lembewusstsein. Diese Gruppe fühlt sich von den ethischen Fragestellungen angesprochen, die in der Publikation behandelt werden, insbesondere in Bezug auf die gesellschaftliche Verantwortung von Design.

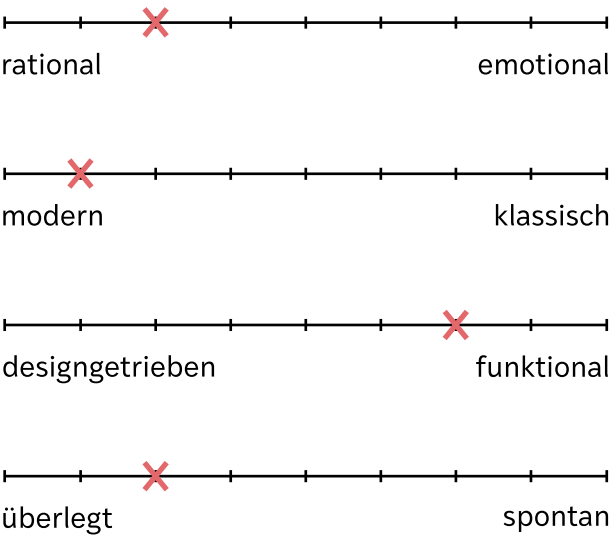
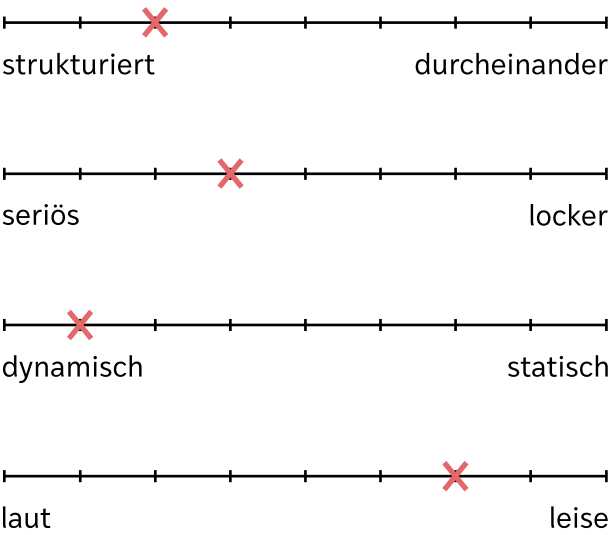
Das Buch adressiert somit Menschen, die sich in kreativen und intellektuellen Lebenswelten bewegen und Design als mehr als reine Gestaltung begreifen – nämlich als Disziplin, die Werte, Kultur und gesellschaftliche Verantwortung miteinander verbindet. Es spricht eine Zielgruppe an, die bereit ist, bestehende Konventionen zu hinterfragen und die Ambivalenz im Design zu schätzen weiß.

2.3 Personas

Clara Hoffmann

Reflektiert, wertorientiert, idealistisch

Alter	24
Geschlecht	weiblich
Beruf	Masterstudentin Design und Nachhaltigkeit
Bildung	B.A. Mediendesign
Familienstand	ledig
Wohnort	Köln
Hobbies	Yoga, Kunst- und Designausstellungen
Archetyp	Die Idealistin



Kurzbiografie

Clara befindet sich im Masterstudium für Design & Nachhaltigkeit und beschäftigt sich intensiv mit der Frage, wie Design gesellschaftlichen Wandel unterstützen kann. Sie ist in der Berliner Designszene aktiv, engagiert sich in nachhaltigen Projekten und ist fasziniert von der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis.

Ziele und Motivation

Clara möchte lernen, wie sie Design einsetzen kann, um soziale und ökologische Herausforderungen zu lösen. Sie sucht nach Inspiration und theoretischen Ansätzen, die sie in ihre Studienprojekte einfließen lassen kann.

Herausforderungen und Ängste

Clara fürchtet, dass Design in der Praxis oft auf Ästhetik reduziert wird und die gesellschaftliche Verantwortung aus den Augen verliert.

Zitat

„Design sollte mehr sein als schöne Formen – es sollte unsere Welt besser machen.“

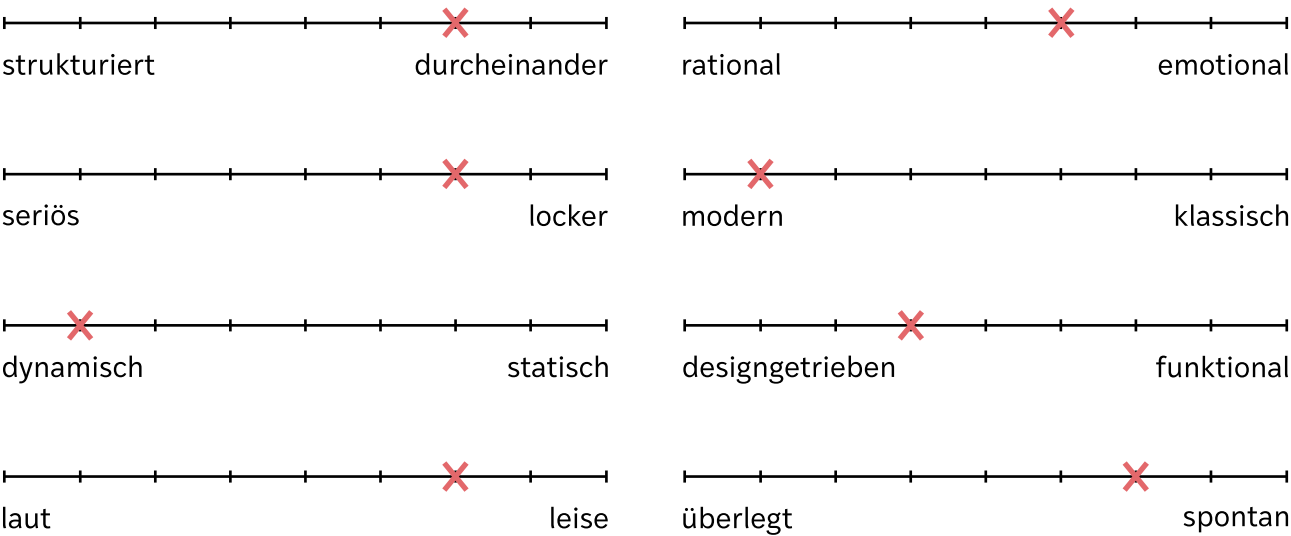
Felix Berger

Kreativ, risikofreudig, technologieaffin

Alter	28
Geschlecht	männlich
Beruf	Junior UX/UI-Designer in einem Start-up
Bildung	B.A. Digitale Medienproduktion
Familienstand	In einer Beziehung
Wohnort	Berlin
Hobbies	Street Art, Gaming
Archetyp	Die Visionär



(Centeno, 2021)



Kurzbiografie

Felix ist Berufseinsteiger in der Designbranche und arbeitet als UX/UI-Designer in einem Hamburger Start-up. Er ist technikaffin und experimentiert gerne mit neuen Tools, um innovative Erlebnisse zu schaffen. Nebenbei verfolgt er kreative Projekte im Bereich der digitalen Kunst.

Ziele und Motivation

Felix möchte Design nutzen, um die Interaktion zwischen Mensch und Technologie intuitiver und ansprechender zu gestalten. Er sucht Inspiration für neue, innovative Ansätze im Design.

Herausforderungen und Ängste

Felix hat Angst, dass Design durch strikte Vorgaben und Konventionen an Kreativität verliert und innovative Ideen nicht umgesetzt werden können.

Zitat

„Design bedeutet für mich, Brücken zwischen Menschen und Technologien zu bauen.“

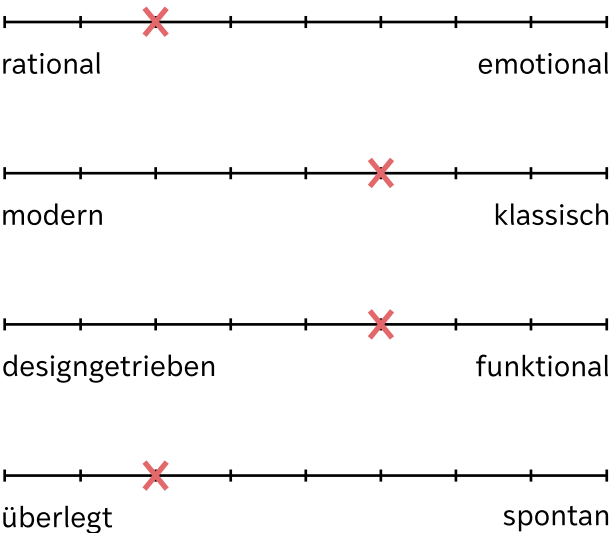
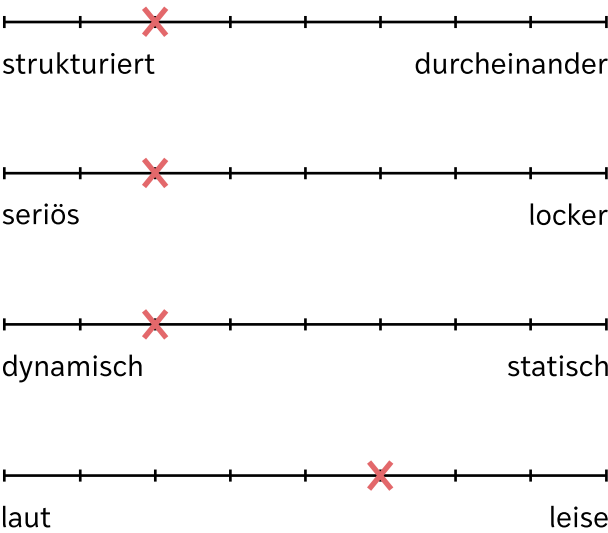
Johanna Kühnert

analytisch, wertorientiert, detailverliebt

Alter	42
Geschlecht	weiblich
Beruf	Professorin für Design- geschichte und -theorie
Bildung	Promotion im Bereich Designwissenschaften
Familienstand	verheiratet, zwei Kinder
Wohnort	Ulm
Hobbies	Reise, Interior Design
Archetyp	Die Reflektierende



(Borba, 2021)



Kurzbiografie

Johanna lehrt seit mehr als einem Jahrzehnt Designgeschichte und -theorie an einer Hochschule. Sie ist offen für neue Ansätze und interessiert sich gleichermaßen für die klassischen Werte des Designs wie auch für zeitgenössische, unkonventionelle Strömungen. Ihr Vorlesungen sind geprägt von interdisziplinären Diskussionen, die Design im Kontext von Gesellschaft, Kultur und Ethik verorten.

Ziele und Motivation

Johanna möchte Design als ganzheitliche Disziplin vermitteln, die sowohl die Vergangenheit würdigt als auch Innovationen offen begegnet. Ihr Ziel ist es, ihre Studierenden zu inspirieren, kritisch zu denken und Design als Werkzeug für positive Veränderung zu sehen.

Herausforderungen und Ängste

Johanna hat Sorge, dass Design in der heutigen Zeit zunehmend von Konsumdenken und kurzlebigen Trends vereinnahmt wird. Sie möchte sicherstellen, dass ihre Studierenden lernen, Design mit einer tieferen Verantwortung zu verbinden.

Zitat

„Gutes Design lebt von einer gelungenen Mischung: Es respektiert die Tradition, während es den Raum für kreative Innovationen freimacht und so unsere Zukunft gestaltet.“

2.4 Fazit

Die Zielgruppenanalyse, basierend auf den Sinus Milieus und den Personas, schafft eine klare Grundlage um die Ausrichtung für die Publikation „Design & sein“ zu definieren. Die Kombination aus soziokulturellen Lebenswelten und individuellen Profilen zeigt, dass die Zielgruppe eine vielfältige, aber dennoch gut abgrenzbare Gruppe innerhalb der Designbranche darstellt. Die Analyse der Sinus-Milieus hat ergeben, dass die Publikation insbesondere das Postmaterielle-, Expeditiv- und Neoökologische Milieu anspricht. Diese Zielgruppen sind geprägt von ihrer Offenheit für neue Ideen, ihrem Interesse an gesellschaftlichen Diskursen und ihrer Wertschätzung für Innovation, Kreativität und Verantwortung. Die Personas, Clara Hoffmann, Felix Berger und Johanna Kühnert, ergänzen diese Einordnung durch konkrete, persönliche Perspektiven. Sie repräsentieren unterschiedliche Phasen und Schwerpunkte innerhalb der Designbranche: von der idealistischen Studentin, die nach nachhaltigen Lösungen sucht, über

den technologieaffinen Berufseinsteiger, der experimentelle Ansätze verfolgt, bis hin zur erfahrenen Professorin, die Design als gesellschaftlich relevante Disziplin reflektiert. Diese Personas verdeutlichen, dass das „Design & sein“ sowohl theoretische als auch praktische Inhalte bieten muss, um den Erwartungen der Zielgruppe gerecht zu werden.

Die Ergebnisse der Zielgruppenanalyse wirken sich direkt auf den Stil und die Gestaltung der Publikation aus. Die Zielgruppe erwartet einen Stil, der klar und modern ist, dabei jedoch ästhetisch anspruchsvoll und inspirierend bleibt. Die visuelle Sprache sollte die Inhalte verständlich vermitteln, ohne dabei trocken oder rein funktional zu wirken. Aufgrund der Komplexität des Themas eignet sich ein reduziertes Layout, das durch typografische Hierarchien die Zielgruppe optimal durch die Publikation leitet. Parallel können gezielte, kreative Akzente, wie der gezielte Einsatz von Farben oder Formen, das visuelle Interesse steigern. Diese Balance zwischen

theoretischer Tiefe und visueller Leichtigkeit ermöglicht es, tiefgreifende Inhalte ansprechend aufzubereiten und gleichzeitig Raum zu bieten. Insgesamt wird ein Werk erwartet, das nicht nur inhaltlich fundiert ist, sondern auch als ästhetisch durchdachtes und modernes Medium überzeugt. Auch die inhaltliche Ausrichtung wird durch die Zielgruppenanalyse beeinflusst. Die Leserinnen und Leser interessieren sich unter anderem, für theoretische Reflexionen, die kritische Fragen zu Design (Designkriterien) stellen. Ebenso wichtig sind gesellschaftlich relevante Themen, die Design als Treiber gesellschaftlicher und ethischer Veränderungen behandeln. Auch visuelle Experimente können begleitend neue Perspektiven öffnen und andere Denkansätze fördern,

Die Zielgruppenanalyse zeigt, dass „Design & sein“ nicht nur eine Plattform für den Diskurs über Design bieten soll, sondern auch eine Inspirationsquelle für Designende in verschiedenen Lebenslagen sein kann. Die Herausforderung liegt darin, ein Gleichgewicht

zwischen theoretischer Tiefe und kreativen Inhalten zu finden. Stil und Gestaltung der Publikation müssen die Offenheit und Experimentierfreude der Zielgruppe widerspiegeln, während die Inhalte relevante Fragen aufgreifen und zum Nachdenken anregen.

3. Aufbau und Seitenplan

Der Aufbau von „Design & sein“ orientiert sich eng an der vorliegende theoretischen Grundlage und folgt einem parallelen Aufbau, der die zentralen Themen der Theorie widerspiegelt. Die Kapitel sind so gegliedert, dass sie die Lesenden schrittweise durch die zentralen Fragestellungen des Designs führen. Unterschiedliche Grundlayouts wiederholen sich in variierenden Formen, wodurch eine visuelle Konsistenz geschaffen wird, ohne an Dynamik zu verlieren.

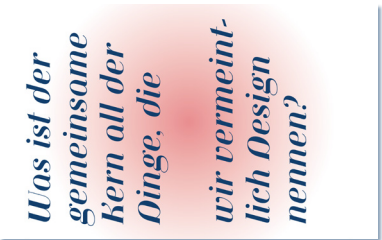
Das Buch ist als Reise durch die Welt des Designs konzipiert: Eine gedankliche und visuelle Navigation durch Konzepte, Theorien und Reflexionen. Diese Reise wird durch eine bewusste Gestaltung unterstützt. Großzügige Weißräume bieten dem Auge Erholung und ermöglichen eine tiefere Auseinandersetzung mit den Inhalten. Gleichzeitig gibt die klare Struktur Orientierung und sorgt für eine

intuitive Leserführung. Während einige Seiten bewusst reduziert gestaltet sind, um die Konzentration auf den Text zu lenken, spielen andere mit Typografie, Farbe und Form, um Gedanken visuell zu verstärken. Diese Gestaltungselemente greifen den inhaltlichen Dualismus von Funktion und Ästhetik auf und machen ihn nicht nur lesbar, sondern auch erlebbar.

Das Ergebnis ist ein Buch, das nicht nur informiert, sondern auch zur Reflexion einlädt: Eine Publikation, die gleichermaßen strukturiert und offen, theoretisch fundiert und visuell inspirierend ist.



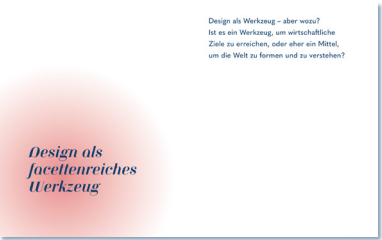
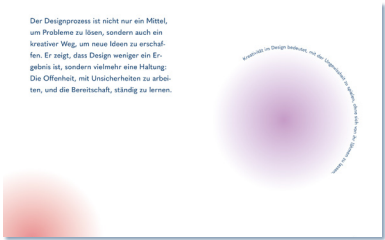
Aufmacher



Kapitel 1: Die Disziplin Design

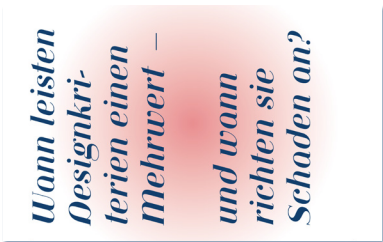
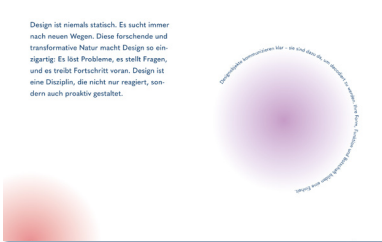
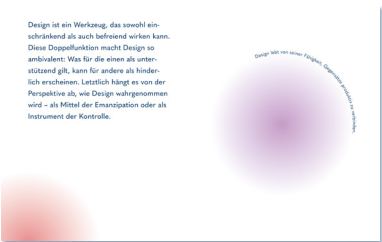


Kapitel 2: Der Prozess des Designs



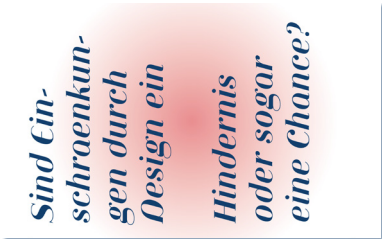
Kapitel 3: Design als facettenreiches Werkzeug





Kapitel 4: Ambivalenz im Design

Kapitel 10: Kriteriologie des Designs



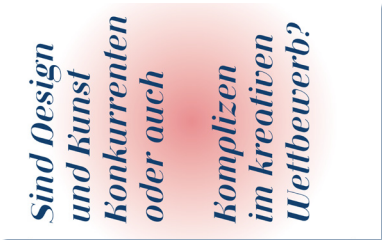
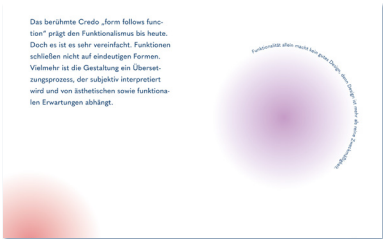
Kapitel 5: Der Begriff des Designs



Kapitel 6: Design und die Abgrenzung zu Kunst



Kapitel 11: Funktionalismus im Design



Kapitel 8: Die Natur der Kunst



Kapitel 9: Die Natur des Designs



Kapitel 12: Ästhetik im Design



Ausblick

4. Textgestaltung

Die typografische Gestaltung von „Design & sein“ verbindet Klarheit mit Experimentierfreude und schafft eine visuelle Struktur, die sowohl Orientierung bietet als auch kreative Akzente setzt. Zwei Schriftarten übernehmen dabei unterschiedliche Funktionen und erzeugen ein harmonisches, aber kontrastreiches Gesamtbild. Für große, prägnante Aussagen kommt die serifenbetonte Jeanne Moderno zum Einsatz. Ihre markante Formsprache unterstreicht zentrale Gedanken und zieht gezielt Aufmerksamkeit auf sich. Im Gegensatz dazu wird der Fließtext in der modernen, serifenlosen Quasimoda gesetzt, die eine sachliche und gut lesbare Basis schafft. Die Kombination dieser beiden Schriften reflektiert die inhaltliche Dualität der Thematik. Struktur und Hierarchie werden durch gezielte typografische Mittel verstärkt. Kolumnentitel und Seitenzahlen erscheinen in einem klaren Blauton und sorgen für eine

ruhige Grundstruktur, die den Lesenden eine intuitive Orientierung gibt. Unterschiedliche Schriftgrößen unterstützen die Lesbarkeit und Akzentuierung von Inhalten. Wesentliche Aussagen werden in einer größeren Schriftgröße dargestellt, um Schlüsselinformationen hervorzuheben. Begleitende, weiterführende Passagen erscheinen in einer kleineren, aber gut lesbaren Größe.

Die gesamte Typografie des Buches vermittelt somit ein Gleichgewicht zwischen wissenschaftlicher Präzision und gestalterischer Freiheit. Sie unterstützt die inhaltliche Struktur, ohne dabei statisch zu wirken, und unterstreicht die Idee, Design als eine dynamische, reflektierende und gestalterisch offene Disziplin zu verstehen.

*The quick brown fox
jumps over the lazy dog*

Jeanne Moderno OT Bold Italic

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Quasimoda Medium

The quick brown fox jumps over the lazy dog

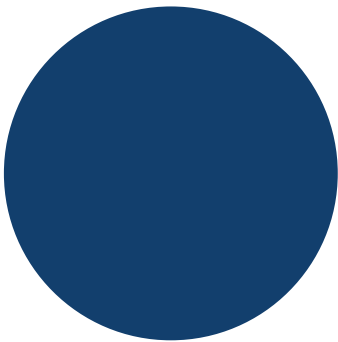
Quasimoda Regular

5. Farben und Formensprache

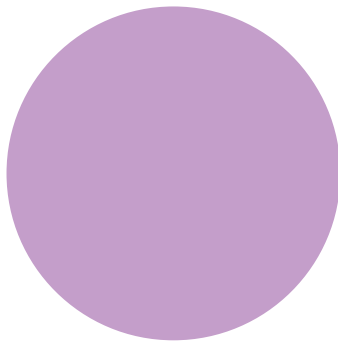
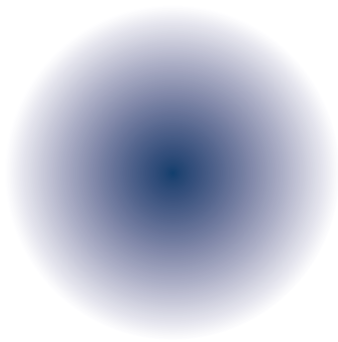
Die visuelle Identität von "Design & sein" basiert auf einer ausgewogen Farbgestaltung und einer klar definierten Formensprache, welche die Spannung zwischen Rationalität und Kreativität gestalterisch aufgreift. Ein funktionales Blau bildet die, sachliche Grundlage des Designs. Es vermittelt Klarheit, Struktur sowie Orientierung und zieht sich konsequent durch typografische Führungselemente wie Kolummentitel, Seitenzahlen und Fließtexte. Dem gegenüber steht ein lebendiges Peach. Es bringt eine warme Komponente ins Spiel, hebt zentrale Inhalte hervor und sorgt für bewusste visuelle Kontraste. Peach steht für die kreative, impulsgebende Seite des Designs und setzt gezielte Highlights, um Blickpunkte zu schaffen. Um eine harmonische Verbindung zwischen diesen beiden Kontrasten zu schaffen, ergänzt ein Flieder die Farbpalette. Als vermittelnder Ton vereint es die kühle Rationalität des Blaus mit der

warmen Dynamik des Peach. Flieder bringt eine sanfte, wertige Note ins Gestaltungskonzept ein und fungiert als subtiler Begleiter, der Übergänge schafft und die Gesamtkomposition abrundet.

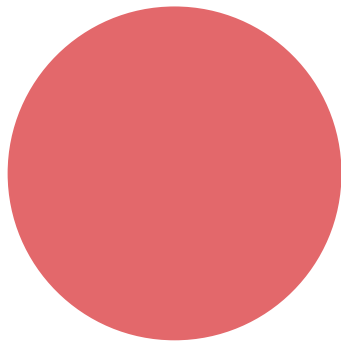
Die Formensprache des Buches unterstreicht das Spannungsfeld in dem sich die Disziplin Design bewegt. Runde, organische Formen und fließende Farbverläufe greifen das Thema der Vielschichtigkeit und Offenheit auf. Besonders Kreise werden als wiederkehrendes Gestaltungselement eingesetzt und symbolisieren die fluide Natur des Designs. Durch die Kombination dieser Farb- und Formprinzipien entsteht ein visuelles Konzept, das die Dynamik des Themas ebenso transportiert wie seine strukturelle Klarheit.



R18 G63 B110
C100 M77 Y30 K16
#123f6e



R196 G158 B202
C26 M44 Y0 K0
#c49eca



R227 G104 B107
C6 M71 Y49 K0
#e3686b



Literaturverzeichnis

Bauer, C. (2021). Schädliches Design: Demoralisierende Designtheorie? In C. Roadtz & P. Smolarski (Hrsg.), Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität (S. 59-78). Transcript.

Bill, M. (2018). Schönheit aus Funktion und als Funktion. In G. Breuer & E. Eisele (Hrsg.), Design: Texte zur Geschichte und Theorie (S. 91-96). Reclam.

Borba, J. (2020, 20. Juni). Frau im schwarzen Langarmhemd sitzt auf weißer Couch. Unsplash. <https://unsplash.com/de/fotos/frau-im-schwarzen-langarmhemd-sitzt-auf-weisser-couch-n1B6ftPB5Eg>

Burckhardt, L. (2018). Design ist unsichtbar. In G. Breuer & E. Eisele (Hrsg.), Design: Texte zur Geschichte und Theorie (S. 97-104). Reclam.

Carlson, D. (2016). Design oder nicht sein: Das kleine rote Buch des guten Designs. Midas.

Centeno, F. (2021, 15. Februar). Mann in brauner Lederjacke neben roter Wand. Unsplash. <https://unsplash.com/de/fotos/mann-in-brauner-lederjacke-neben-roter-wand-Hkavt2MAOEc>

Deutscher Design Club e.V. (DDC). (2023, 2. November). Design ist niemals wertfrei: Mara Recklies im Gespräch mit Felix Kosok. DDC - Deutscher Design Club. <https://www.ddc.de/de/magazin/design-ist-niemals-wertfrei.php>

Dissel, J-C. (2016). Philosophie und Design: Eine Einleitung. In J-C. Dissel (Hrsg.), Design und Philosophie: Schnittstellen und Wahlverwandschaften (S. 7-16). Transcript.

Feige, D. M. (2019). Design: Eine philosophische Analyse. Suhrkamp.

Feige, D. M. (2020). Design als Praxisform des Ästhetischen. In O. Ruf & S. Neuhaus (Hrsg.), Designästhetik: Theorie und soziale Praxis (S. 51-62). Transcript.

Flusser, V. (2022). Vom Stand der Dinge: Eine kleine Philosophie des Designs. Steidl.

Kaufmann, E. J. (2018). Was ist gutes Design? In G. Breuer & E. Eisele (Hrsg.), Design: Texte zur Geschichte und Theorie (S. 129-131). Reclam.

Koop, A. (2019). Schön und gut: Was wertorientierte Gestaltung verändern kann. Birkhäuser.

Koop, A. (2023). Der springende Punkt: Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design. Edition Emil.

Kovalova, O. (2021, 26. April). Frau mit schwarzem Hut und blauem ärmellosem Oberteil. Unsplash. <https://unsplash.com/de/fotos/frau-mit-schwarzem-hut-und-blauem-armellosem-oberteil-IG-iMLdY7u4>

Loos, A. (2018). Ornament und Versprechen. In G. Breuer & E. Eisele (Hrsg.), Design: Texte zur Geschichte und Theorie (S. 94-57). Reclam.

Mareis, C. (2013). Wer gestaltet die Gestaltung? Zur ambivalenten Verfassung von partizipatorischem Design. In C. Mareis, M. Held & G. Joost (Hrsg.), Wer gestaltet die Gestaltung? Praxis, Theorie und Geschichte des partizipatorischen Designs (S. 9-22). Transcript.

Nölle, C. (Moderatorin). (2024, 29. Februar). 73 Hurra Hurra x Mara Recklies. In Hurra Hurra: Ein Designpodcast der Burg. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/4MTI8veCo1dIGwKYJP5LXN>

Pahm, S. (2022). Perspektiven, die Spuren hinterlassen. Grafikmagazin, 2022(04), 28-31.

Pohler, N. (2021). Was nicht passt, wird passend gemacht: Design und Unterdrückung. In C. Roadtz & P. Smolarski (Hrsg.), Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität (S. 143-162). Transcript.

Recklies, M. (2021). Kriterien für gutes Design, die den Schaden maximieren: Überlegungen zur Kriteriologie des Designs. In C. Rodatz & P. Smolarski (Hrsg.), Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität (S. 99-124). Transcript.

Rams, D. (2018). Ramsifikation. In G. Breuer & E. Eisele (Hrsg.), Design: Texte zur Geschichte und Theorie (S. 72-77). Reclam.

Smolarski, P. (2021). Kann Design gesellschaftskritisch sein? In C. Roadtz & P. Smolarski (Hrsg.), Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität (S. 79-98). Transcript.

Steibrenner, J. (2016). Wann ist Design: Design zwischen Funktion und Kunst. In J-C. Dissel (Hrsg.), Design und Philosophie: Schnittstellen und Wahlverwandschaften (S. 89-106). Transcript.

Sinus-Milieus Deutschland. (o. D.). Sinus-Milieus Deutschland. <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-deutschland>

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel:

Design & sein: Was ist (gutes) Design? - Zwischen Funktionalismus und Ästhetik

Selbstständig, ohne unerlaubte fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken (dazu zählen auch Internetquellen) entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

25.03.2025, Bielefeld

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "U. Joubert". The signature is written in a cursive, flowing style. Below the signature, there is a faint, light blue rectangular stamp or watermark, which is mostly illegible but seems to contain some text and a logo.

