

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 61 (1974)
Heft: 3: Zum 60jährigen Bestehen des SWB = 60e anniversaire du SWB

Artikel: Warum nicht auch ein Design-Zentrum in Zürich? : Gedanken zur Rolle der Design-Zentren in hochindustrialisierten Ländern
Autor: Burckhardt, François
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-87704>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Warum nicht auch ein Design-Zentrum in Zürich?

Gedanken zur Rolle der Design-Zentren in hochindustrialisierten Ländern

Von François Burkhardt

Seit einigen Jahren macht sich besonders die Ortsgruppe Zürich des Schweizerischen Werkbundes Gedanken über die eventuelle Gründung eines Design-Zentrums. Dieser Beitrag soll einige theoretische Überlegungen zur Frage der Aufgaben von Design-Zentren erörtern und aus der Praxis eines noch jungen Design-Instituts berichten. Ich möchte einen Exkurs in die Geschichte des Werkbundes an dieser

Stelle vermeiden, stelle aber fest, dass die kulturellen Tendenzen, die sich in der Industriegesellschaft herausbildeten, immer mit einer gewissen Zeitverschiebung auch in der Politik des Schweizerischen Werkbundes eine Rolle spielten. Die Tatsache, dass unser Zeitalter auf die Förderung der Industrialisierung konzentriert ist, hat Rückwirkungen auf Kulturproduktion und Kulturdenken. Gerade in der Auseinandersetzung über die Phänomene des Industriezeitalters findet der Werk-

bund seine Aufgabe. Und wenn ich die Politik der Design-Zentren mit dem werkbündlerischen, später bauhäuslerischen Gedanken verknüpfe, dann deswegen, weil die Design-Zentren ebenfalls die teils gleichgebliebenen, teils neu hinzukommenden Probleme dieses Zeitalters, die aus der industriellen Produktionsweise entstanden und entstehen, zu behandeln haben.

Ich betrachte also die Aufgabenstellung eines Design-Zentrums historisch in der Kontinuität einer

Politik, die im Werkbund begonnen und später im Bauhaus fortgesetzt wurde. Ob Design-Institutionen in der Lage sind, einen solchen Anspruch zu erfüllen, liegt in ihrer Politik. Ich will es ganz deutlich sagen: Da Design ein Kind unseres Industriezeitalters ist, können Design-Zentren nicht getrennt von dem Geschehen in der industriellen Produktion gesehen werden. Es ist allmählich Zeit, nicht mehr in der üblichen unreflektierten Weise die Abhängigkeit der Design-Zentren

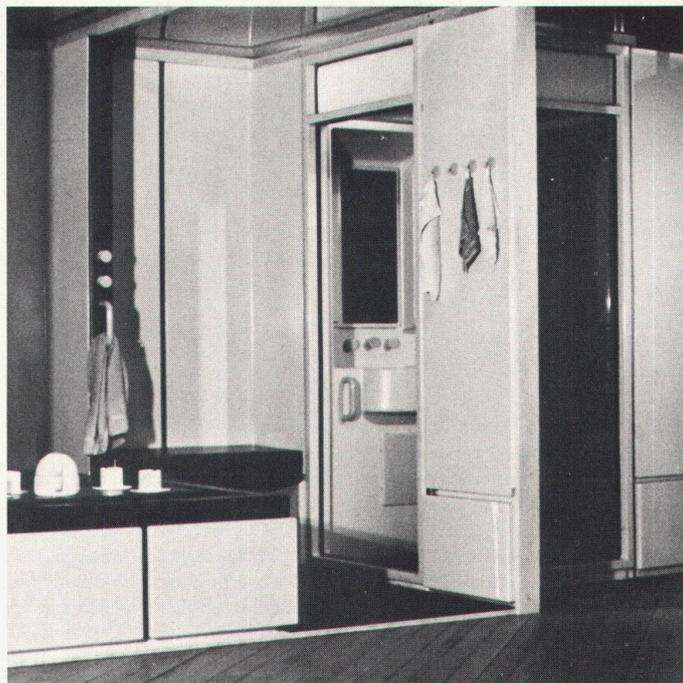


Neubau der Gropius-Stadt in Berlin, 1973

von der Industrie zu kritisieren. Die Kritiker dieser Abhängigkeit hängen gern der Illusion an, es gebe in unserem System der freien Marktwirtschaft von der Wirtschaft völlig unabhängige Freiräume. In welchem direktem Zusammenhang wirtschaftliche, kulturelle und politische Ereignisse stehen, lässt sich unschwer feststellen. Es geht also nicht um Abhängigkeit oder Unabhängigkeit der Design-Zentren von der Industrie. Die Behauptung der wirtschaftlichen Unabhängigkeit ist schon aus historischen Gründen nicht aufrechtzuerhalten. Es geht also darum, zu den Problemen, die das Industriezeitalter mit sich bringt, Stellung zu nehmen, aus dieser Stellungnahme heraus Programme zu fördern, die die in den letzten Jahren besonders deutlich gewordenen Nebenwirkungen der industriellen Produktion beheben können, und in die Zukunft weisende Vorstellungen von einem Leben in einer besseren hochindustrialisierten Gesellschaft zu entwickeln. Entscheidend dabei ist, dass trotz der finanziellen Abhängigkeit der Design-Zentren von der Industrie diese dafür interessiert wird, eine neutrale Plattform in Form der Design-Zentren zu haben.

Vielleicht sind die Design-Zentren schon heute dadurch gerechtfertigt, dass sie Fehlleistungen der Industriegesellschaft im Design-Bereich auf eine qualifizierte Weise deutlich machen und durch ihre Wirkung als Multiplikatoren solche Phänomene an die Öffentlichkeit bringen können. Andererseits bieten sie sich als Diskussionsforen für Öffentlichkeit und Wirtschaft an. Denn der Konsument, also die

Öffentlichkeit, sollte seine Wünsche und Bedürfnisse für Produktionsprogramme hier artikulieren können. Es sollte eine echte Chance bestehen, dass diese Bedürfnisse von den Produzenten wahrgenommen werden. Die ausgedrückten Wünsche werden von den Design-Zentren weitergegeben. So verstanden, fällt den Design-Instituten eine Rolle zu, die vielleicht der eines Schiedsrichters auf sehr bedeutsamer Ebene gleichkommt, denn hier können Richtungen und Tendenzen unterstützt oder gebremst werden. Es ist leicht einzusehen, dass Design-Institute diese



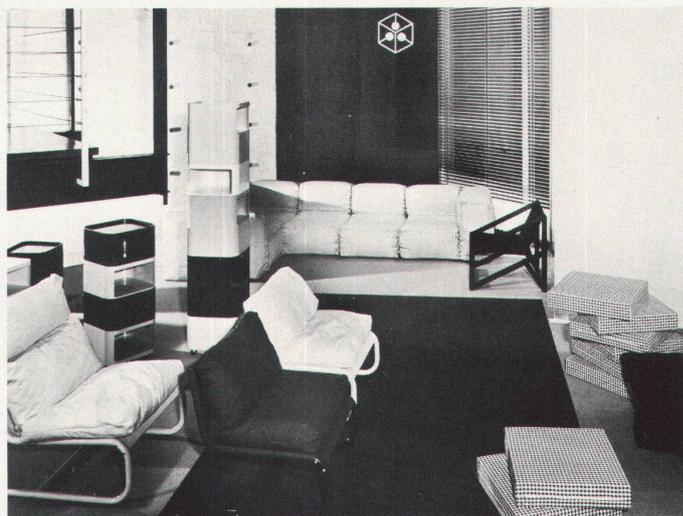
Aus der Analyse des sozialen Bedarfs entstandene Nasszelle «Elsa», Architekt A. Wormuth, Berlin, Ausstellung «Baderaum – sozialer Raum der Familie», IDZ Berlin, 1973

Rolle nicht in angemessener Weise spielen können, solange sie nicht mit der entsprechenden Macht ausgerüstet sind.

Wohnen mit der «guten Form»

Orientieren wir uns kurz im Bereich der Formgebung seit 1933. In diesem Jahr wird in Deutschland das Bauhaus-Experiment abgebrochen. Der Deutsche Werkbund besteht weiter. «Durch straffe nationalsozialistische Führung wird der

Bund, von dem die nichtarischen und die zersetzenden Elemente entfernt wurden, planmässig zu einem brauchbaren Kulturinstrument des Dritten Reiches ausgebaut... So sollen sich durch die Werkbundbewegung jene künstlerischen Ideen und Kräfte entfalten, die unserem Vaterlande das seinem Aufschwunge würdige äussere Gesicht geben.» (Aus Bauwelt Fundamente 24, «Stimme des Deutschen Werkbundes 1925–1934», Bertelsmann-Verlag, Gütersloh, 1969.) Eine neue Satzung entsprach dieser Anschauung. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg geht die Entwicklung

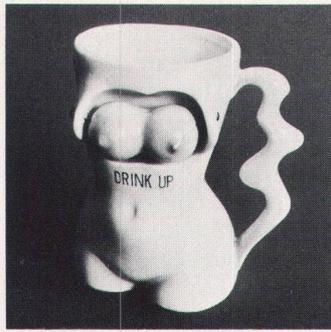


Ideologie der guten Form im Wohnbereich: Ausstellung «Bundespreis Gute Form 73», Rat für Formgebung, Darmstadt

des Deutschen Werkbunds in einem physisch wie moralisch zerstörten Land weiter. Aus dem Geschäftsbericht 1933 des Schweizerischen Werkbundes hingegen geht hervor, dass die «**politischen Funktionen, die sich abzeichnen, ... wohl den SWB nicht berührt (haben) ... Strömungen sind aber bemerkbar.**»

Die Werkbund-Siedlung Stuttgart von 1927 wie das Experiment der Siedlung Neubühl in Zürich 1932 beschäftigten die Schweizer Werkbundler, und das Thema «Wohnen» wird die nächsten Jahre voll in Anspruch nehmen. Die Schweizer Landesausstellung in Zürich 1939 steht vor der Tür. Ab 1943 führt die Beschäftigung mit dem Thema «Wohnen» zu einer Katalogisierung gut gestalteter Objekte für den Wohnbereich. Die Ideologie der «guten Form» breitet sich aus. Da Deutschland inzwischen mit anderen grundsätzlichen Problemen beschäftigt ist, findet es den Zugang zur «guten Form» erst Anfang der fünfziger Jahre wieder. Die Zeitverschiebung ist damit um-

gedreht. Die Forcierung des Aufbaus der Industrie in der Bundesrepublik führt wieder zur Auseinandersetzung mit der industriellen Produktionsweise. Nachdem das Notwendigste wiederaufgebaut ist, findet Formgebung wieder Interesse. Es ist eine Tatsache, dass die Expansion der Wirtschaft und der Produktion zum materiellen Wohlstand führt, parallel dazu auch die Auseinandersetzung mit den Problemen der Formgebung. Dabei spielt der Einsatz von Werbung eine bedeutende Rolle. Ästhetik wird vordergründig benutzt.



Kitschobjekt: Bierkrug

Das Phänomen Kitsch

Die Massenproduktion bringt als Pendant zur guten Form ein Phänomen hervor, das mit dem Industriezeitalter eng verknüpft ist, nämlich den Kitsch, der sich schnell und weit ausbreitet. Die Hoffnungen sowohl des Bauhauses wie auch des Werkbundes, gut geformte Produkte massenhaft produziert und konsumiert zu sehen, wurden und werden durch den massenhaften Konsum von sogenannten Kitschobjekten zerschlagen. Die gleiche Erscheinung ist auch in einer gewollt klassenlosen Gesellschaft, die in den sozialistischen Ländern praktiziert wird, zu bemerken. Solche Phänomene sind also nicht an der Gesellschaftsordnung zu messen, vielmehr sind es soziale Erscheinungen und Zusammengehörigkeiten auf der Suche nach Differenzierungen. Heute sind wir weit entfernt von der Forderung, Kunst und Handwerk mit der Industrie zu verbinden, zu dem Zweck, die Qualität gewerblicher Arbeit zu heben, die zur Gründung des Deutschen Werkbundes geführt hatte, oder von der Forderung, eine absolut gut geformte, standardisierte Produktion zu haben, wie es der Wunsch des Bauhauses war. Richtungen, die lange Jahre Geltung hatten, werden in Frage gestellt. Was mühsam erarbeitet worden ist, wird aufgrund neuer Erkenntnisse als überholt angesehen. Wie soll man sich im Design-Bereich orientieren?

Ansätze für eine neue Design-Politik

Bei der Festlegung einer Design-Politik gehe ich zurzeit von drei Aspekten aus, die für mich bestimmend sind:

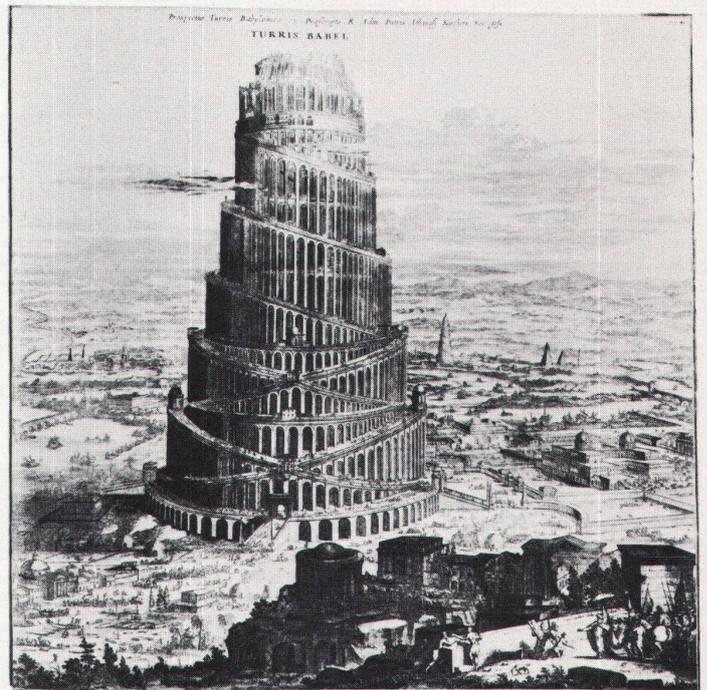
1. Jede Politik geht von der Vorstellung einer besseren Zukunft aus. Denn sie sollte Kritik am Ist-Zustand sein und versuchen, diesen zu überwinden. Nur von der Vorstellung einer besseren Gesellschaft aus können Bestrebungen zur Erreichung des Nächst-Besseren angestellt werden. Die konkreten Utopien enthalten den Willen, das in ihnen dargestellte Bessere in einem Verbesserungsvorgang durchzusetzen. Denn Utopie ist das Gegenbild des Vorhandenen/Wirklichen, macht dessen Missratenheit im Gegenbild deutlich. Vorhanden sein muss ein entferntes Modell des besseren, glücklicheren, gerechteren, wahren Lebens. (Siehe *werk*, 9/1973, S. 1056.) Es gibt in der Geschichte immer wieder Zeiten, in denen verstärkt nach dem Ziel des Lebens gefragt wird, und heute sind wir an einem Punkt angekommen, wo das Utopische im Sinn der Vorstellung von einer besseren zukünftigen Gesellschaft und Lebensordnung eine wichtige Rolle spielt. Der Geist der Utopie ist das Gegenteil des Gedankens einer einseitigen, partiellen, spezialisierten Wissenschaft, wie sie heute betrieben wird. (Siehe dazu Lewis Mumford, «The story of Utopias».) Statt reiner Abstraktion – auf technische Ziele gerichteter Hoffnungen – **«muss utopisches Wesen, das heisst intendiert vollkommene Bedarfsdeckung... mit den tiefen Wünschen, die noch zu wünschen sind und deren Befriedigung auf das so unabstumpfbare Glück immer weitere menschliche Füllesteigerung bringt, als ein Totum begriffen werden, von dem die Sozialutopien selber abhängen».** (Ernst Bloch, «Freiheit und Ordnung», Reinbek, 1969, S. 14.) Ich möchte hier Füllesteigerung mit Verbesserung der Lebensqualität für alle übersetzen und sehe darin die soziale Aufgabe von Design-Zentren.

Was hat soziale Utopie mit Ästhetik zu tun? Gerade die Kunst,

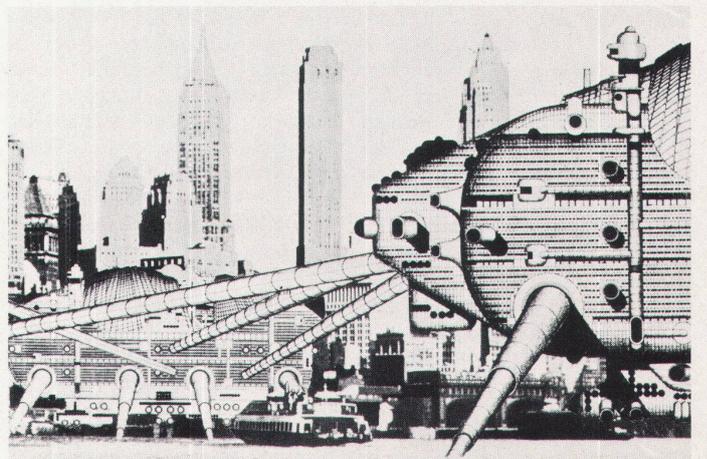
die Architektur, das Design haben vieles antizipiert, Vorstellungen von der Gestaltung einer besseren Zukunft mit sich getragen. Die Geschichte der Malerei, der Architektur, des Städtebaus und auch des Designs sind voller Beispiele dafür.

2. Die Vorstellung einer besseren Gesellschaft ist nur möglich, wenn der menschliche Geist bis zur Vollkommenheit entwickelt wird. Dazu ist es notwendig, dass alle dieses Ziel anstreben. Denn Vervollkommenheit ist verbunden mit der Bildung und Erziehung und der dafür voraussetzenden Aufnahmefähigkeit. Lernen – so sagt der Wahrnehmungspsychologe Arnheim – geschieht durch das Trainieren des sinnlichen Wahr-

mungsinstrumentariums. Denn Wahrnehmung ist eine Grundfunktion des Weltverständnisses. Der Nachweis ist geführt, dass es kein Denken isoliert von der sinnlichen Wahrnehmung gibt. Das heisst, dass der Geist nichts zu denken hätte, wenn er nicht mit dem von den Sinnen gelieferten Material gespeist würde. Ästhetik – griechisch: durch die Sinne vermittelte Wahrnehmung – spielt in unserer Alltagswelt eine wesentliche Rolle, denn menschliche Wahrnehmung erstreckt sich auf alle Gegenstände unserer Umwelt. Da Design in besonderem Masse unsere Umwelt prägt, fällt den Design-Zentren die wichtige Aufgabe zu, das Lernen durch Sinneswahrnehmung zu fördern, und zwar durch Design-Ob-



Utopie der Kunst: Athanasius Kircher, *Rekonstruktion des Turms zu Babel*, 1679



Utopie im Städtebau: Ron Herron, *Walting Cities*, 1964



Aussagen von Designobjekten über den Stand, das Verhältnis zwischenmenschlicher Beziehungen, die Bestandteil eines sozialen Handlungsfeldes sind. Ausstellung «Mode – das inszenierte Leben», IDZ Berlin, 1972, Wohnraum der Familie, A, Facharbeiter

jekte und ihre Verbindung zum Menschen und die dazugehörigen zwischenmenschlichen Beziehungen. Es geht also darum, dem einzelnen und den Gruppen den Weg zur echten Entfaltung zu zeigen im Sinne des in Punkt 1 genannten Ziels.

3. Politik oder Kulturpolitik (System und Aktionen zur Durchsetzung eines Ziels, in das die Kultur eingeschlossen ist) von Design-Zentren ist darauf gerichtet, Design-Objekten Aussagen über den Stand, das Verhältnis zwischenmenschlicher Beziehungen zu entnehmen, die Bestandteil eines sozialen Handlungsfeldes sind. Gegenstände sind nicht in der Isolation in ihrem Materialcharakter zu untersuchen, sondern in ihrer Bedeutung für das Verhalten von Menschen. Design-Zentren haben dafür zu sorgen, dass die Design-Szene in ihrer historisch sinnvollen Kontinuität dargestellt wird. Z. B. sollten sie Tendenzen wie Mobilität und Mode dann befürworten, wenn der Rhythmus der Veränderbarkeit die Lebensformen nicht so stark ändert, dass die sozialen Beziehungen zerstört werden. Die oft zitierten Modeerscheinungen, das Diktat durch die Gesetze des Marktes, der wie auf Kommando erfolgende saisonmäßige Wechsel sind inhaltlos und müssen kritisiert werden. Die Design-Szene ist voll solcher Erscheinungen und Widersprüche.

Design-Politik ist nicht als Geschmackssproblem zu verstehen, sondern als «Hinweis auf das Be-

stimmungsverhältnis von materialen Bestandteilen einer sozialen Umgebung und dem sozialen Verhalten». (Bazon Brock in «Mode – das inszenierte Leben / Ein Lernenvironment zum Problem der Lebensinszenierung und Lebensorganisation», Berlin, 1972.)

Design-Zentren für wen?

Es sollte Aufgabe der Design-Zentren sein, die Weichen in dem obengenannten Sinne zu stellen. Ein Design-Zentrum ist, wie die Erfahrung gezeigt hat, im Bewusstsein unserer Gesellschaft nur dann sinnvoll, wenn diese drei Gesichtspunkte die Arbeit bestimmen können. Dann kann eine für die Gesellschaft wertvolle Arbeit geleistet werden. Die Situation ist heute leider noch anders. Augenblicklich werden Design-Zentren noch als eine Erscheinung der Wohlstandsgesellschaft betrachtet. Für uns, die wir in diesen Instituten arbeiten, ist es klar, dass die erste ökonomische Krise das Ende solcher Zentren bedeuten kann, solange man Ästhetik und Design nur als Zusatz, nicht als integralen Teil eines Systems begreift. Jedes Design-Zentrum heute, das sich nicht nur als Schaufenster für industrielle Produkte auffasst, könnte ökonomische Krisen überleben, wenn die Geldgeber – meistens sind es Regierungen oder Industrieverbände – von der Voraussetzung ausgingen, dass für die Entwicklung der Gesellschaft derartige Institutionen mit ihren Aufgabestel-



Wohnraum der Familie B, Journalist



Wohnraum der Familie C, Bankdirektor

lungen unabdingbar sind. Solange dies aber nicht erreicht ist, wird man in Krisensituationen immer zuerst auf solche Institutionen verzichten wollen. In der Praxis sehen die meisten Design-Zentren immer noch wie Glasvitrinen für gut gestaltete Formen im Sinn der Produktwerbung aus. Seit geraumer Zeit jedoch finden sehr heftige Diskussionen innerhalb der Design-Zentren selber statt über Sinn und Unsinn der Weiterführung solcher Modelle. Einige Design-Schulen und Design-Zentren bringen durch Aktivitäten die Diskussion zugunsten einer weitergefassten Design-Politik in Gang. Konsumenten und Produzenten haben begonnen, sich mit den Alternativen auseinanderzusetzen, sie sehen die Politik des reinen Produktwerbung mit Hilfe der «guten Form» nicht mehr als ausschliessliche Aufgabe eines Design-Zentrums an. Es hat keinen

Sinn, auf veraltete Muster zurückzugreifen. Es bleibt nur die Möglichkeit einer fortschrittlichen Politik. Jedes Rückschreiten zur Vitrine der guten Form oder zu baumusterzentralenartigen Organisationsformen würde die Absichten einer solchen Institution verfälschen. Der Augenblick, in dem aufgrund einer gewissen Krisensituation sowohl bei Konsumenten wie bei Produzenten die Aufgeschlossenheit für ein Denken in grösseren Zusammenhängen wächst, muss entsprechend mit sehr präzisen Aktivitäten von den Design-Zentren genutzt werden. Es ist jedoch immer wieder zu betonen, dass das vorgestellte Modell-Design-Zentrum nur für die Länder gilt, die industriell so hoch entwickelt sind, dass die Probleme, die die Industrialisierung mit sich bringt, für sie von schwerwiegender Bedeutung sind.



Alternativmodell IDZ Berlin, Aktion «Kind und Umwelt», 1971



Jeden Mittag im Design-Zentrum essen. Ausstellung «Essen in der Arbeitswelt», Einrichtung einer Kantine, IDZ Berlin, 1972

Anregungen für ein Design-Zentrum in Zürich

Was ist zu tun? Ich möchte für die mögliche Gründung eines Design-Zentrums in Zürich aus eigenen Erfahrungen einen Vorschlag machen:

- Es hat sich bewährt, ein solches Institut aus öffentlichen Mitteln zu finanzieren. Zusätzlich kann es durch Mittel aus der Privatwirtschaft unterstützt werden, wenn dadurch keine unzumutbaren Abhängigkeiten entstehen. Die Industrie muss Verständnis dafür aufbringen, dass die reine Produktschau weder in ihrem noch im Interesse der Konsumenten liegt. Vielmehr kann ein Design-Zentrum das jeweils zur Diskussion stehende Thema so aufarbeiten,

dass einerseits die Öffentlichkeit über Lebenszusammenhänge informiert wird und den Einfluss bzw. die Abhängigkeit von Objek-



Plantisch im Beratungsraum des IDZ Berlin, 1972

ten in diesem Zusammenhang erfährt; andererseits ist es durchaus realistisch, festzustellen, dass trotz des enormen Warenangebots auf scheinbar allen Bereichen immer noch wesentliche Produktionslücken bestehen. Der Industrie wird hier eine Möglichkeit angeboten, sich auf den Bedarf im Sinne eines wirklichen Fortschritts hin zu orientieren.

- Die Aktivitäten sollten einem Themenkatalog folgen, der die am dringendsten zu lösenden Probleme einer Industriegesellschaft enthält.

- Die oben aufgeführten Zielsetzungen lassen sich wegen der von Aktivität zu Aktivität wechselnden Thematik nicht von einem feststehenden Mitarbeiterstab aus dem eigenen Institut realisieren. Vielmehr hat es sich bewährt, zur Aufarbeitung des jeweiligen Problems interdisziplinäre Arbeitsgruppen zusammenzustellen. Da Design-Zentren zwar schwerpunktmässig arbeiten, aber sich doch nicht ausschliesslich einer Forschungsaufgabe widmen können, liegt die stärkste Wirkung in der Multiplikation der erarbeiteten Themen. Die Arbeit richtet sich nicht an eine allgemeine Öffentlichkeit, sondern an bestimmte Zielgruppen.

- Grosses Interesse an der Arbeit des Instituts besteht bei den Schulen und Hochschulen. Daher ist es wichtig, die Aktivitäten so anzulegen, dass es vor allem auch Schülern möglich ist, Nutzen daraus zu ziehen. Es ist zu bedenken, wie die entsprechenden Aktivitäten durch didaktische Massnahmen ergänzt werden können. Um die Arbeit in diesem Sinne garantieren zu kön-

nen, ist es wichtig, die Satzung eines neu zu gründenden Instituts entsprechend zu formulieren.

- Die Satzung muss so definiert sein, dass die Zielsetzung auf breiter demokratischer Basis verwirklicht wird. Wichtig sind Mitglieder aus Fachkreisen, aus dem öffentlichen Leben, aus Verbraucherorganisationen, Industrieverbänden usw.

- Wünschenswert ist die Organisation als Verein mit Mitgliedern, Vorstand und Geschäftsführung. Mitglieder können juristische und natürliche Personen sein.

- Die Räumlichkeiten des Instituts müssen so zentral in der Stadtmitte liegen, dass sie dem breiten Publikum leicht zugänglich sind.

- Wichtig ist die Überlegung, ob das Design-Zentrum, wenn es im Citybereich eingerichtet wird, eigene Ausstellungsräume braucht oder ob man eine Organisationsform findet, die es erlaubt, Ausstellungsräume nach Bedarf bei anderen Organisationen zu mieten. Keinesfalls darf auf ein ständiges Informationszentrum verzichtet werden, in dem Auskunft zu Design-Problemen gegeben wird. Humanisierung der Umwelt unter Beibehaltung der Gegebenheiten der Industriegesellschaft heisst für das Design-Zentrum, einen Beitrag zu liefern auf der Suche nach einer für alle gültigen und befriedigenden Sinnfindung in einer Zeit, in der die herrschenden Werte wieder in Frage gestellt werden; das heisst im Design-Bereich, der, wie wir gesehen haben, sehr weit gesteckt ist, einen Weg zu finden, der uns zu einer besseren Industriegesellschaft führt. ■

Abbildungen:
1 Christian Ahlers, Berlin; 3, 11 Foto Kessler, Berlin; 5 aus «du» 1/1972 (Untertitel von der Redaktion)