

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 26 (2013)
Heft: 9

Artikel: Neuer Grund
Autor: Ernst, Meret
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-392399>

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: 17.11.2024

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

Neuer Grund

Klaus Krippendorff verspricht mit seinem Buch «Die semantische Wende» eine neue Grundlage für Design. Er fordert den menschlichen Masstab.

Text:
Meret Ernst

Stellt der Titel eine «Wende» in Aussicht, sind Anspruch und Absicht klar. Keine Revolution, aber eine Neuausrichtung des Verstehens sollte es schon sein. Nach der linguistischen und den diversen bildbezogenen «turns» nun also die semantische Wende. Für das Design postuliert sie, dass Form und Funktion ihre zentrale Rolle als entwurfsleitende Konzepte verloren haben – zugunsten von Bedeutung, Sinn und Kontext.

Design müsse vom «Menschen» ausgehen, nicht vom Objekt, meint Klaus Krippendorff, Professor für Kybernetik, Sprache und Kultur an der Annenburg School for Communication der University of Pennsylvania. Der studierte Ingenieur, Designer und Doktor der Kommunikationswissenschaften lehrte über Jahrzehnte an verschiedenen Hochschulen in den USA. Sein Buch, 2006 englisch erschienen, bildet nach, was jede «Wende» tut: Es beschreibt nicht nur, was bisher galt, und zeigt, was im Rückgriff auf bestehende Konzepte besser erklärt werden könnte, sondern es will auch die Theoriebildung beeinflussen.

Von der Produktsemantik zur semantischen Wende

Als Einstieg widmet sich Krippendorff der Produktsemantik, in deren Kontext die semantische Wende sichtbar wurde und deren Etablierung er selbst vorantrieb. Das zeigt: Eine «Wende» zu schreiben, setzt eine vertiefte Kenntnis dessen heraus, was umgewendet werden soll. Und einen gefühlten Mangel, was bestehende Theorien nicht leisten. Auch auf Krippendorffs Vorhaben trifft das zu. Es bildet die Summe seiner langen Beschäftigung mit den kommunikativen Beziehungen zwischen Menschen und Artefakten. Er wies bereits 1961 in seiner Diplomarbeit an der HfG Ulm «Über den Zeichen- und Symbolcharakter von Gegenständen: Versuch zu einer Zeichentheorie für die Programmierung von Produktformen in sozialen Kommunikationsstrukturen» darauf hin, dass Produkte nicht nur Funktionen erfüllen, sondern Bedeutung vermitteln.

Was uns heute geläufig ist, galt in den 1960er Jahren, in denen nicht nur in Ulm eine streng rationalistische Designauffassung vorherrschte, schon beinahe als Häresie. Den damaligen Diskurs prägten Modelle, wie der Designprozess zu systematisieren, in Feedbackschleifen zu erfassen und an ingenieurwissenschaftlichen Standards zu messen sei. Bedeutung, die sich wechselseitig zwischen Objekt und Benutzerin konstituiert? Das war zweitrangig, ging es doch um Standardisierung. Doch wie kam es dazu, dass Designobjekte nicht länger auf ihre Funktion reduziert, sondern als Bedeutungsträger erkannt und gestaltet wurden? Und was heisst das für heute tätige Designer?

Mit der etwas gar gestelzt übersetzten «Trajektorie der Artefaktualität» («trajectory of artificiality») zeichnet Krippendorff nach, wie sich Design im Lauf der Jahrzehnte wechselnden Aufgaben widmete. Die Anforderungen des Industriezeitalters, funktionale Produkte für die Massenerstellung zu entwerfen, verschob sich bald auf die Aufgabe, vermarktete Waren, Dienstleistungen und Identitäten zu gestalten. Es folgte die Herausforderung, verständliche Interfaces für Geräte zu entwerfen, deren Funktionsweise wir nicht mehr verstehen. Sie führte zur Gestaltung von Multi-User-Netzwerken, in denen wir kooperieren, und heute arbeiten Designer in und an kollektiv gesteuerten Projekten. Und sie vermitteln in vielerlei Diskursen, die Krippendorff auch als Artefakte bezeichnet, die Bedeutung ihres Tuns.

Er entfaltet so seine These der Entmaterialisierung der Artefakte und Sprachwerdung des designerischen Tuns, das nicht mehr auf dem Produktbegriff des Industriezeitalters basieren kann. Auf ein historiografisches Modell übertragen lässt sich das nur bedingt. Spricht er doch implizit früheren Bewegungen ab, im Diskurs das eigene Tun zu konstituieren, «sich selbst mittels des eigenen Diskurses umzugestalten», wie er die semantische Wende definiert – was doch bereits die Arts-and-Crafts-Bewegung, die Werkbünde oder das Bauhaus taten.

Die Stärke von Krippendorffs Ansatz liegt weniger in der historischen Argumentation als in der Verbindung von theoretischer Grundlegung und Handlungsanweisungen. Geleitet werden sie von der Überzeugung, dass Design nicht mehr von einem produkt- oder verbraucherzentrierten, sondern von einem menschenzentrierten Ansatz ausgehen muss. Dies zeigt er, indem er die Bedeutung von Artefakten in vier Bereichen untersucht: erstens im Gebrauch, zweitens in der Sprache, drittens im Lebenszyklus eines Artefakts und viertens im Lebensraum, der ökologischen Nische, in der es mit anderen Artefakten interagiert.

Krippendorff beginnt also mit dem individuellen Gebrauch: Wir richten unser Handeln danach aus, eine sinnfällige Verbindung zu den Artefakten aufrechtzuerhalten. Das heisst, wir entnehmen ihnen, wie sie unser Handeln ermöglichen oder einschränken, ihre Form vermittelt, zu welcher Kategorie sie gehören, und wir lernen mit und an ihnen, sie zu gebrauchen, bis wir blindes Vertrauen in sie schöpfen. Von solchen bekannten Prinzipien der Brauchbarkeit geht Krippendorff aus und geht einen Schritt weiter. Denn Designer sehen sich mit dem Umstand konfrontiert, dass «Artefakte höchst unterschiedliche Bedeutungen für unterschiedliche Menschen haben». Daraus folgt, dass Designer kooperativ, demokratisch, Vielfalt fördernd und horizontal vernetzt entwerfen sollen. Dazu müssen sie ein Verstehen zweiter Ordnung praktizieren, also verstehen, wie Dritte Artefakte verstehen.

Die Vermittlung dieses Verstehens erfolgt zweitens sprachlich: «Das Schicksal aller Artefakte entscheidet sich in der Sprache.» Und zwar bereits im von vielen Interessenvertretern begleiteten Designprozess. Gut beraten ist, wer weiss, dass Artefakte in erster Linie sprachlich gefasst sind – im Briefing, in der erläuterten Skizze, im Modell, in der Lancierung. Zwingend also, dass Artefakte in der Sprache überleben können. Dazu dienen den Designern sprachbasierte Konzepte wie Kategorien, Charaktere, Identitäten, Metaphern und Narrative. Sie helfen ihnen, dieses Überleben zu sichern.

Drittens zeigt Krippendorff, dass Artefakte weder einen eindeutigen Anfang noch ein klares Ende haben. Ihr Lebenszyklus entwickelt sich aus Vorläufern, endet im Müll oder ersteht im Recycling wieder auf. So weisen wir den Artefakten unterschiedliche Bedeutungen zu oder formulieren diese neu. Dasselbe gilt viertens für die «Ökologie der Artefakte», die das diachrone und synchrone Zusammenspiel von Artefakten regelt, ihr Überleben und ihr Aussterben. Gut, wenn Designer um solche Zusammenhänge wissen: Sie gestalten in einer und für eine bereits gestaltete Welt, die in der Sprache konstituiert wird.

Buch im Buch

Die einen oder anderen werden an diesem Punkt das Buch weglegen. An Theoriebildung Interessierte lesen die folgenden drei Kapitel, die, wie ein Rezensent bemerkte, ein weiteres Buch im Buch bilden – und dort wohl auch besser aufgehoben wären. Sie wollen die methodische Grundlegung ausweiten auf die Fundierung einer Designwissenschaft, auf eine Wissenschaft für das Design, «die ihr eigenes Forschungsparadigma und die Methoden zur Erzeugung praktischen Wissens entwickelt». Auch das freilich gilt Krippendorff als Diskurs, der sich seine eigenen Grenzen setzt – was im zweitletzten Kapitel zu provokanten Distanzierungen von Theorien wie Semiotik, Ergonomie, Ästhetik, Funktionalismus oder Produktsprache führt. Das Buch schliesst ab mit dem Blick auf die eigenen Wurzeln in der Ulmer Hochschule für Gestaltung.

Getragen ist es in weiten Teilen vom Herzenswunsch, den Designern zeitgemässe Instrumente des Handelns und Reflektierens an die Hand zu geben. Und sie zu ermächtigen, ihr eigenes berufliches Überleben im Designdiskurs zu sichern. Auf einer Basis, die in den Augen von Krippendorff konsequent menschenbezogen sein muss. ●

Editorische Notiz

Bereits in den 1990er-Jahren stellte der Form Verlag die deutsche Übersetzung einer früheren Version von «The Semantic Turn» in Aussicht. An einem Symposium 1998 in München zu «Semantics in Design: Die Sprachlichkeit in der Gestaltung» erwähnte der eingeladene Klaus Krippendorff seine Arbeiten an einem Buch zur semantischen Wende im Design. Es dauerte weitere acht Jahre, bis das Buch in Englisch erschien. Auf Deutsch erscheint es nun auf Initiative von Ralf Michel, der seit 2007 in der Birkhäuser-Reihe «Schritten zur Gestaltung» namhafte Designtheoretiker wie Tomás Maldonado oder Gui Bonsiepe einem deutschen Lesepublikum zugänglich macht.

Die Ausgaben:

- Klaus Krippendorff: The Semantic Turn. A New Foundation for Design, CRC Press, Boca Raton 2006.
- Klaus Krippendorff: Die semantische Wende. Eine neue Grundlage für das Design, hg. von Ralf Michel, deutsch von Nikolaus G. Schneider, Birkhäuser, Basel 2013.

lista office LO



reddot design award
best of the best 2012



DESIGNPREIS
DER
BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND
2012

NOMINIERT



design: greutmann bötzern

LO Mindport von Lista Office LO ist das neue Ruummöbelsystem, das offene Arbeitswelten klar strukturiert. Das sich an jede Situation anpasst. Und das Menschen motiviert.

> www.lista-office.com/mindport



FESTLAND