



# Posi- tionen des Neuen

Tagung der Gesellschaft für Designgeschichte in Kooperation  
mit der Neuen Sammlung – The Design Museum, München  
8./9. Juni 2018  
Die Neue Sammlung, Pinakothek der Moderne, München

## Veranstalter

Die Gesellschaft für Designgeschichte e. V. wurde 2008 gegründet und verfolgt das Ziel, die Auseinandersetzung mit der Geschichte des Designs zu intensivieren sowie historische Forschung und Praxis miteinander zu vernetzen. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk darauf, die Geschichte des Designs als geisteswissenschaftliches Fach an Universitäten und Hochschulen zu stärken, in Zusammenarbeit mit Museen an der Darstellung designgeschichtlicher Zusammenhänge mitzuwirken und die öffentliche Auseinandersetzung mit Designgeschichte zu fördern. [www.gfdg.org](http://www.gfdg.org)

Die Neue Sammlung, seit 2002 in der Pinakothek der Moderne, gilt als das älteste Designmuseum der Welt. 1907 aus dem Geist des Deutschen Werkbunds entstanden, wurde sie 1925 offiziell als staatliches Museum gegründet. Von Beginn an hat sie sich dezidiert der seinerzeitigen Moderne und damit der zeitgenössischen Formgestaltung verpflichtet. Bis heute prägt dieser Gründungsanspruch die Programmatik der Neuen Sammlung. Mit über 100.000 Objekten zählt Die Neue Sammlung zu den größten Designsammlungen weltweit. Sie ist mit über 20 Sammlungsgebieten – vom Produkt- und Industriedesign über Kunsthandwerk, Keramik, Glas sowie Schmuck und Grafikdesign – weit gespannt. Im Bereich von Produkt- und Industriedesign gilt Die Neue Sammlung als führend. [www.die-neue-sammlung.de](http://www.die-neue-sammlung.de)

### Organisation:

Die Neue Sammlung – The Design Museum: Josef Straßer,  
Xenia Riemann-Tyroller  
GfDg: Siegfried Gronert, Wolfgang Schepers, Esther Cleven

GfDg

Gesellschaft für Designgeschichte e. V.



## Tagungsprogramm Freitag, 8. Juni 2018

### 10:30 Vorprogramm

Treffpunkt: Lothstr. 17

Besichtigung des Gebäudes und der neuen Räumlichkeiten der Hochschule München im ehemaligen landesherrlichen Zeughaus

### 12:00 Registrierung

Ernst von Siemens-Auditorium, Pinakothek der Moderne

### 12:30 Begrüßung

ANGELIKA NOLLERT

Direktorin, Die Neue Sammlung

SIEGFRIED GRONERT

Gesellschaft für Designgeschichte

### 13:00

JOSEF STRASSER

Das Neue an der Neuen Sammlung

### 13:30

RENATE FLAGMEIER

Das Deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe und die Sammlung des „Neuen“

HUBERTUS ADAM

die gute industrieform. Sonderschauen zur Präsentation vorbildlichen Designs auf der Messe in Hannover

KILIAN STEINER

Zukunft braucht Herkunft? Das Dilemma der bayerischen Designinitiativen (1985–1990)

### 15:00 Pause

Freitag, 8. Juni 2018

15:30

**EVA VON ENGELBERG**

Ewige Avantgarde oder Retro-Kultur?

Das Neue als Rückgriff auf die Geschichte

**HANNI GEIGER**

Revision des Futurismus. (Post-)Moderne Mensch-Maschinen  
zwischen Kunst und (Mode-)Design

**MARTIN KRÄMER**

Ist das Neue das Alte in immer neuem Gewand?

17:00 Pause

17:30 Kuratorenführung

**XENIA RIEMANN-TYROLLER**

„Hella Jongerius & Louise Schouwenberg – Beyond the New“

18:30

**WOLFGANG ULLRICH**

Keynote: Wieso das Neue immer wieder von neuem neu ist

20:00 Gemeinsames Abendessen im „Zum Franziskaner“

## Tagungsprogramm

**Samstag, 9. Juni 2018**

9:00

**CLAUDIA ZACHOW**

Die Unabhängigkeit des Designs von Neuartigkeit und Zeit.

Exemplarische Betrachtungen zu gestalterischen Auffassungen  
im Bereich Gebrauchsgefäß

**MICHAEL SIEBENBRODT**

Von der Töpferscheibe zur Gusskeramik. Entwicklung von  
Designstrategien in der Keramikwerkstatt des Bauhauses 1922–1924

10:00 Pause

10:30

**MELANIE KURZ**

Das unerhört Neue im Jahr 1914: Muthesius' Antwort auf Stile  
und Moden

**ROBIN REHM**

Design und Technik. Eine Patentgeschichte (1760–1960)

11:30

**JAN SEBASTIAN WILLMANN**

Das [digital] Neue in der Gestaltung – Wie sich die Zukunft  
in der Vergangenheit entscheidet

**DAGMAR STEFFEN**

Kontinuität im Neuen. Zur Dialektik von Innovation und  
historischem Rückgriff

12:30 Abschlussdiskussion

13:00 Imbiss

13:30 Mitgliederversammlung GfDg

Ende voraussichtlich 15:00 Uhr

## Tagungsthema Positionen des Neuen

Design ist mit dem jeweils Neuen so selbstverständlich verbunden, dass Ankündigungen, die mit einem neuen Design werben, geradezu tautologisch anmuten. Die Zeit des Designs ist das Neue. In den Anfängen des modernen Designs bot das Neue gegen die alten Zöpfe der Tradition noch ein hoffnungsvolles Versprechen auf die Zukunft mit einem neuen Menschen: die neue Gestaltung des Neo-Plastizismus, eine neue Architektur für eine neue Zeit, neue Materialien, neue Techniken und neue Herstellungsverfahren, die Bildung eines „neuen, bisher nicht vorhandenen Typ von Mitarbeitern für Industrie und Handwerk“ (Gropius 1926). Die neue Profession der Designer wurde mit der Moderne geboren.

Auch Die Neue Sammlung München entstand vor etwas mehr als 90 Jahren als ausdrückliche Erneuerung. Ebenso wie die bereits bestehenden Kunstgewerbemuseen sollte Die Neue Sammlung die Geschmacksbildung der Gewerbetreibenden und des Publikums prägen, unterschied sich jedoch durch die bereits im Namen angesprochene Konzentration auf das Neue, auf die Gegenwart, auf „Geschehen, nicht Geschichte“ (Hans Wichmann). Im Jahre 1930 zeugten insbesondere zwei Ausstellungen der Neuen Sammlung von dieser Einstellung und fanden ein entsprechend großes überregionales Interesse: „Der billige Gegenstand“ und „Ewige Formen“. So konträr die thematischen Schwerpunkte heute erscheinen mögen, beide Ausstellungen konzentrierten sich auf die damals aktuellen, neuen Positionen der Gestaltung.

Seither haben immer wieder erneuerte Positionen des Neuen das Design und seine Geschichte geprägt. So stellte die „Gute Form“ im Deutschland der Fünfzigerjahre das Moralische gegenüber den technisch geprägten Anfängen der Moderne heraus. Damit verlor die frühe technische Moderne im Westen ihre klare Dominanz – die sie als kapitalistische Moderne in der DDR längst verloren hatte. Die Postmoderne startete ihre polemischen Angriffe gegen die sogenannte Zweite Moderne, das Neue Design protestierte gegen die „Gute Form“, Öko- und Retro-Design gegen das Industrial Design. Und mit dem Diktum „Design ist unsichtbar“ verlagerte sich das Design seit den Achtzigerjahren teil-

weise von der Gestaltung des materiellen Gegenstandes in das Feld des Sozialen. In ihrem Manifest „Beyond the New. A Search for Ideals in Design“ verabschieden sich Hella Jongerius und Louise Schouwenburg 2015 gar vom „Hamsterrad“ des Neuen im Design, das die Interessen von Produzenten, Designern und Nutzern unnötig gegeneinander ausspiele anstatt zu versöhnen.

Die wechselnden Positionen des Neuen werfen zwangsläufig die Frage nach dem Sinn des Neuen auf. Der Standort des Neuen zwischen Gegenwart und Zukunft stellt das Neue vor die Herausforderung, dass es sich von der Gegenwart unterscheiden und Zukünftiges als Konzept erahnen lassen muss, wenn es über die Tagesaktualität hinaus Geltung haben soll. Doch da das Neue zwangsläufig mit Utopie verbunden ist, analysierte Boris Groys 1992 vor dem Hintergrund der Postmoderne, kann in einer utopielosen Zeit nichts Neues (mehr) entstehen: „Kein Thema scheint in unserer postmodern genannten Zeit so unzeitgemäß zu sein wie das Neue“. Odo Marquard diagnostizierte 1989 in „Zukunft braucht Herkunft“, dass durch die moderne Naturwissenschaft und Technik, durch Wirtschaft und Informationsmedien eine Beschleunigung in Gang gesetzt worden sei, der wir „langsame“ Menschen nicht gewachsen seien, weshalb wir auf Herkunft in der Zukunft angewiesen seien, auf das Alte im Neuen.

In den Tagungsbeiträgen soll es um diese Grenzstellung des Neuen gehen, um eine jeweils als vergangen diskreditierte Gegenwart, der das Ziel einer neuen Konzeption entgegengesetzt wird.

Welche Gegenwartsanalysen und Zukunftsbilder liegen ihnen zugrunde und welche Aspekte des Designs stehen für das Neue ein? Ist das Neue zwangsläufig an Konsumismus gebunden oder Wachstum auf das Neue angewiesen? Welche Wirkung soll das Neue entfalten und welche Präsenz hat das Alte im Neuen? Inwiefern hat der technisch-ökonomische Begriff der Innovation die gestalterischen Avantgarden abgelöst? In welchen Kontexten verortet sich das Neue im heutigen Design? Kann Design das Paradigma des Neuen abschütteln oder ist das Wesen des Designs das Neue?

## Abstracts

### HUBERTUS ADAM

Kunst-, Design- und Architekturhistoriker

**die gute industrieform. Sonderschauen zur Präsentation vorbildlichen Designs auf der Messe in Hannover**

1953 wurde im Rahmen der Deutschen Industrie-Messe erstmals die „Sonderschau formgerechter Industrie-Erzeugnisse“ veranstaltet, die seit 1959 unter dem neuen Titel „die gute industrieform“ auftrat. Unterstützt wurden die Ausstellungen in Hannover nicht nur von der ortsansässigen Messengesellschaft, sondern auch von den diversen Design-Förderinstitutionen, die sich seit den frühen Fünfzigerjahren in der Bundesrepublik etablierten. Ohne Zweifel war die Messe Hannover als westdeutsche Nachfolgerin der Leipziger Messe das wichtigste international ausstrahlende Schaufenster für die bundesrepublikanische Industrieproduktion und damit auch für die Promotion einer neuen bundesrepublikanischen Designkultur geeignet.

Die Präsentationsstrategien veränderten sich im Laufe der Zeit. Nach Karl Otto (1953), Walter Kuhn (1955), Paul Mahlberg (1957–1961) und Arnold Bode (1962–1964) wurden Ausstellungsarchitektur und -szenografie bis 1975 von Ernst Zietzschmann verantwortet. Der aus der Schweiz stammende Architekt und Publizist war 1958 zum Direktor der Werkkunstschule in Hannover berufen und zugleich mit deren Neubau in Herrenhausen beauftragt worden.

In den Siebzigerjahren, also an der Schwelle zur Postmoderne, geriet der Gedanke der „Guten Form“ in die Krise. Schon 1974 schrieb Ernst Zietzschmann, der langjährige Vorsitzende von Die gute Industrieform e.V.: „1974 hat im Design eine deutliche Wandlung gebracht. Wie weiter?“

Hubertus Adam (geb. 1965 in Hannover) studierte an der Universität Heidelberg Kunstgeschichte, Philosophie und Archäologie. Seit 1992 arbeitet er als freiberuflicher Kunst-, Design- und Architekturhistoriker sowie als Architekturkritiker für diverse Fachzeitschriften und Tages-

zeitungen. 1996/1997 war er Redakteur der *Bauwelt* in Berlin, 1998 übersiedelte er in die Schweiz und arbeitete als Redakteur der in Zürich erscheinenden *archithese*. Von 2010 bis 2015 war er Direktor des *S AM Schweizerisches Architekturmuseum* in Basel. Adam veröffentlichte zahlreiche Publikationen zur zeitgenössischen Architektur, über die Architektur des 20. Jahrhunderts, zur Kunst und Bildhauerei um 1900, zur Designgeschichte, zur Landschaftsarchitektur, zum Bühnenbild und über das Thema Denkmal. 2004 erhielt er den Swiss Art Award für den Sektor Kunst- und Architekturvermittlung.

### EVA VON ENGELBERG

Bauhaus-Universität Weimar

**Ewige Avantgarde oder Retro-Kultur?**

**Das Neue als Rückgriff auf die Geschichte**

Die Avantgarden des frühen 20. Jahrhunderts forderten eine radikale Absetzung von der künstlerischen Tradition. Vor allem die internationale Moderne der Zwanzigerjahre erschien lange Zeit als Inbegriff dieses voraussetzungslosen Neuen. Spätestens mit der „Krise der Moderne“ in den Siebzigerjahren trat jedoch deren Zeitgebundenheit ins Bewusstsein: Produkte der Klassischen Moderne kamen in die Museen, Bauten der Architekturmoderne wurden unter Denkmalschutz gestellt – die Moderne war historisch geworden. Im Zuge der Postmoderne griff das zeitgenössische Kunstschaffen verstärkt auf historische Vorbilder zurück. Im Design finden wir seitdem „Retro-Gestaltungen“ verschiedenster Art, ebenso in der Literatur, Musik, Malerei, Fotografie und Architektur. Im Produktdesign scheint dabei vor allem die Klassische Moderne eine zentrale Rolle zu spielen. Hier zeigen sich Parallelen zur Architektur mit ihren Rückgriffen auf Bauten des Bauhauses oder eines Le Corbusier. Hinsichtlich der Rezeptionsmethoden bestehen etwa Gemeinsamkeiten zum Modedesign und dessen spielerischer Kombination verschiedener historischer Stile. Provokant wirkt dabei bis heute – ein Jahrhundert nach dem Traditionsbruch der Avantgarden – die Absage an die Moderne und ihre Innovationsforderung. Der Beitrag diskutiert die architektonische Gestaltung als Teil einer umfassenden Retro-Kultur.

**Das Neue dieses zeitgenössischen (architectural) Design erscheint dabei gerade nicht in der Absetzung von der Tradition, sondern im freien Rückgriff auf verschiedenste Epochen – einschließlich der Moderne.**

Dr. phil. habil. Eva von Engelberg: Studium der Kunstgeschichte, Neueren deutschen Literatur und Klassischen Archäologie in München und Bonn, Promotion an der Universität Augsburg mit einer Arbeit über J. J. P. Oud. Wissen. Volontärin am Landesamt für Denkmalpflege Schleswig-Holstein, Lehrtätigkeit an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und der Hochschule für Bildende Künste Hamburg. Wissen. Mitarbeiterin an der HafenCity Universität und der Bauhaus-Universität Weimar. Habilitation mit einer Arbeit zur Frage des Staatsstils in der Architektur des dänischen Klassizismus. Seit 2017 Vertretung der Professur Theorie und Geschichte der modernen Architektur an der Bauhaus-Universität Weimar. Forschungen zur Architekturgeschichte des 18. bis 21. Jahrhunderts, darunter zu historisierenden Strömungen innerhalb der Moderne.

## **RENATE FLAGMEIER**

Werkbundarchiv – Museum der Dinge, Berlin

**Das Deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe und die Sammlung des „Neuen“**

**Zu Beginn des 20. Jahrhunderts reichte die Funktion der Industrieausstellungen und des Kunstgewerbemuseums als Vermittler zwischen Kunst und Industrie, zwischen historischen Vorbildern und den Anforderungen der „neuen“, von industrieller Entwicklung geprägten eigenen Zeit nicht mehr aus, um eine moderne Formensprache zu befördern. Der 1907 gegründete Deutsche Werkbund versuchte, diese Aufgabe neu zu definieren. Es galt die Verknüpfung industrieller und ästhetischer Ziele an die flexiblen und beschleunigten Erfordernisse des Marktes anzupassen und sie eher im Sinne einer Agentur zu verfolgen. In diesem Sinne ist insbesondere das erste Werkbund-Museum, das 1909 in Hagen gegründete *Deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe* mit seiner Orientierung an der**

**zeitgenössischen Produktkultur und seinem mobilen Instrument der Wanderausstellungen zu verstehen. Es wurde von Karl Ernst Osthaus (1874–1921) initiiert und auf der Werkbund-Jahresversammlung 1909 in Frankfurt offiziell gegründet.**

**Osthaus, der das Museum bis 1919 selbst leitete, gehörte ab 1910 dem Werkbund-Vorstand an. Der Werkbund unterstützte das Museum mit 1.000 Reichsmark pro Jahr und im Kontext der Verbandsaktivitäten bis 1914 war das Museum von großer Bedeutung, organisierte Vorträge und Ausstellungen.**

**Das hervorstechende Merkmal des Museums war, „dass es nicht abwartend dasteht, sondern selber an das Publikum herantritt, und zwar nicht festgebannt an einem Ort, sondern als Wandermuseum überall dort, wo sich praktisch die Möglichkeit dazu bietet.“ (Kurt Freyer, 1912). Bis 1919 konnten unzählige Ausstellungen an Museen, Kunst- und Gewerbevereinen, Bibliotheken, Handelshochschulen und an ähnliche Lehranstalten in das In- und Ausland verschickt werden.**

**Auf dem Höhepunkt seiner Tätigkeit um 1912/1913 verlieh das Deutsche Museum über seine „Ausstellungszentrale“ siebzehn Ausstellungen (mit Objekten und Präsentationselementen). Diese konnten gegen ein geringes Entgelt per Katalog bestellt werden, waren einfach zu versenden und aufzubauen.**

**Für diese Wanderausstellungen wurde eine umfangreiche Sammlung aufgebaut. Das flexible und auf die gegenwärtige Produktkultur fokussierte Museum sollte sich von den üblichen „Musterkatalogen der Vergangenheit“ unterscheiden, wie Osthaus betonte.**

**Die „Vorbilderschätze“ für die Ausstellungszentrale umfassten „alle das kaufmännische Leben umfassenden Gegenstände, [...] Drucksachen, Reklameartikel und Verpackungen, dann eine Sammlung kunstgewerblich verwertbarer Materialien, [...] und schließlich ein Musterlager von künstlerisch wertvollen Erzeugnissen, [...]“ (Osthaus 1909).**

**Weitere „Organe“ des Museums waren auf Zirkulation und Vernetzung ausgerichtet: die „Photographie- und Diapositivzentrale“, das „Hagener Handfertigkeitseminar“, die „Reklameprüfstelle“, der „Schaufensterwettbewerb“ und das „Kunstgewerbehaus“. Damit entwickelte sich das Deutsche Museum zu einer Förderstelle für die moderne Gestaltung alltäglicher Güter.**

**Osthaus formulierte als Zielsetzung des Werkbunds und den damit verbundenen Auftrag des Deutschen Museums: „Die Bewegung**

zu einer modernen Kultur (...) hat ein völlig neues Verhältnis zwischen den wesentlichen Faktoren unseres Wirtschaftslebens geschaffen. Indem der Händler bisher zwischen Erzeuger und Käufer vermittelte, formulierte er recht eigentlich den öffentlichen Geschmack, (...) Es wurde das Problem der Zeit, unter den vier Faktoren, Künstler, Erzeuger, Händler und Käufer die wirtschaftliche Gleichung herzustellen.“ (Karl Ernst Osthaus, Das Deutsche Museum für Kunst in Handel und Gewerbe, in: Die Welt des Kaufmanns, Jg. V, Heft 10, Oktober 1909, München 1909, 466–469)

Renate Flagmeier ist Leitende Kuratorin des Werkbundarchiv – Museum der Dinge. Studium der Kunstwissenschaft und Romanischen Literaturen in Berlin und Paris. Seit 1991 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Werkbund-Archiv und seit 2007 in leitender Funktion. Kuratorische Betreuung diverser Projekte, u. a. 2014 Kuratorin der Ausstellung „Made in Germany – Politik mit Dingen. Der Deutsche Werkbund 1914“; 2005–2007 projektleitende Kuratorin der Eröffnungsausstellung am neuen Museumsstandort „Kampf der Dinge – eine Ausstellung im 100. Jahr des Deutschen Werkbunds“ (Katalog 2008), 2003–2005 Organisation Museumsumzug und Ausstellungsexperimente unter dem Titel „Nomadisches Museum“ davor Projektleitung (Konzeption, Realisation) in verschiedenen z.T. flexiblen, mehrjährigen Ausstellungsprojekten („ohne Titel. Sichern unter... Unbeständige Ausstellung der Bestände des Werkbund-Archivs“, 1995–1998; „ware schönheit – eine zeitreise“, 1999; „Asche und Diamant – Sammeln in einem offenen System“, 2000–2002); seit 2000 parallel museologische Bildungsarbeit und diverse Lehraufträge im designhistorischen und museologischen Bereich. Diverse Veröffentlichungen und Mitherausgeberin der Schriftenreihe des Museums der Dinge seit 2012.

## HANNI GEIGER

Kunst- und Designwissenschaftlerin

**Revision des Futurismus. (Post-)Moderne Mensch-Maschinen zwischen Kunst und (Mode-)Design**

Der Vortrag bringt die menschliche Schöpfung des „neuen“ Humanen zwischen klassischer Moderne und der Postmoderne in Kunst wie Design zur Sprache. Mit dem Begriff und dem Konzept des Futurismus werden die epochenübergreifend gültigen, aber gestalterisch stets neu verhandelten Utopien des Zukünftigen als einer alles erneuernden Kraft, als Visionen eines „besseren“, gar „idealen“ Menschen thematisiert. Die Entwürfe werden vor dem Hintergrund der jeweils spezifischen zeitlichen und räumlichen, ökonomischen und sozio-kulturellen Faktoren der historischen wie auch zeitgenössischen Avantgarden untersucht.

So werden etwa die italienischen Futuristen als Schöpfer eines Designs erkannt, das über Plakate, Kleidungsstücke und Alltagsgegenstände u. a. Bilder eines unzerstörbaren, für den Ersten Weltkrieg bestens gewappneten „Übermenschen“ thematisiert. Auch erneuerte, stets aktualisierte Bilder des „zeitgenössisch-futuristischen“ neuen Menschen in seiner Verschmelzung von Organischem und Anorganischem, Fleisch und Technologie sowie virtuelle, körperlose Entwürfe aus Kunst, Design und Mode kommen im Vortrag zur Sprache. Gerade die Mode erscheint im Zusammenhang mit der Auslotung neuer Mensch-Maschinen-Konzepte besonders interessant, hängt sie mehr als alle anderen Designdisziplinen von humanen Körpern als Trägern und Impulsgebern ihrer Entwürfe ab, die zwangsläufig als „zweite Haut“ mitdesignt werden.

Die Verhandlung des Neuen im Rahmen der vergleichenden Analyse historischer wie gegenwärtiger, in Material, Idee und Gattung stets der Innovation verpflichteter Mensch-Maschinen-Entwürfe soll schließlich auch das gegenwärtige Verständnis der „neuen“ Designdisziplin – etwa als einer in Praxis wie Theorie entgrenzten, kulturelle und fachliche Barrieren aufbrechenden Disziplin – ermöglichen.

Dr. Hanni Geiger ist Kunst- und Designwissenschaftlerin. Sie hat zuletzt an der Hochschule Fresenius (Fachbereich Design)/AMD Akademie Mode & Design in München gelehrt und geforscht. Sie studierte Modedesign in Zagreb, Kunstgeschichte, Kunstpädagogik und Interkulturelle

Kommunikation an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU), wo sie 2014 mit einer Arbeit über den britisch-zyprischen Designer und Künstler Hussein Chalayan promoviert wurde (*form follows culture. Entgrenzungen im Konzept-Design Hussein Chalayans*, Wien, Köln, Weimar: Böhlau 2016 [= mode global; Bd. 1]). Von 2013 bis 2015 war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kunstgeschichte der LMU München tätig. Weitere berufliche Stationen beinhalten u.a. ihre Mitarbeit am Forschungsprojekt *Exil, Migration und Transfer* am Center for Advanced Studies in München (Leitung Prof. Dr. Burcu Dogramaci). Sie forscht zur Kunst der Moderne und Gegenwart, zu den Interdependenzen von (Mode-)Design, Kunst und Migration, zum Verhältnis von Mobilität, Exil, Transkulturalität, Identitätsbildung und Gestaltung, zu postkolonialen künstlerischen Positionen.

### **MARTIN KRÄMER**

Brüder Grimm Berufsakademie, Hanau

#### **Isst das Neue das Alte in immer neuem Gewand?**

**Das Tagungsthema regt an, „das Neue“ zu differenzieren. Geht es um „das Neue“ im quantitativen Sinn eines „Schneller, Weiter, Mehr“ oder geht es um ein qualitativ „Neues“, das neue Wege weist, das neue Antworten hat und neue Perspektiven eröffnet? Mit dem christlichen Narrativ tritt ein qualitativ Neues von besonderer Originalität auf: Das Erlösungsmotiv. Der Erlöser realisiert ein qualitativ Neues, in dem er Erlösung verspricht. Als konkreten Vorschein dieser künftigen Erlösung, konzipiert das Christentum ein Design, um die qualitative Veränderung erkennbar und glaubhaft zu machen. Die sinnliche Konkretion des Übersinnlichen wird auf Jahrhunderte zu einem wesentlichen Gestaltungsmotiv des Abendlandes. Das qualitativ Neue wird in der Gestalt verheißen. Dieses ursprünglich angekündigte Heil bleibt allerdings historisch in der Welt aus und führt in der Folge zu Säkularisierungsschüben. Die Erlösungshoffnung, die vermutlich weit älter ist als das christliche Narrativ, besteht fort. Die industrielle Produktivkraftentwicklung, die Übertragung der Logik der Ökonomie auf die Privatsphäre, ebenso wie die anhaltende Industrialisierung unserer gesamten Lebensverhältnisse, kann unter dieser Verlage-**

**rung des Heilsversprechens gesehen werden. Industrialisierung ist nicht nur eine ökonomische Operation. Sie ist ein Heilsversprechen und braucht eine plausible Gestalt. In den verschiedenen Entwicklungsphasen des Designs lässt sich die Verkörperung des Erlösungsmotivs nachweisen. Dabei ist das Design nicht selbst die Erlösung, sondern es ist, sogar noch in den praktisch-funktionalen Bezügen, das Gewand. Dadurch aber ist das Design der sichtbare Ausdruck jener Hoffnung auf Erlösung, die dem spirituellen Bedürfnis des Menschen innenwohnt. Die Suche nach Neuem enthält im Kern den uralten Erlösungswunsch. Das Neue ist darin das Alte in immer neuem Gewand.**

Prof. Martin Krämer (geb. 1962) lehrt an der Brüder Grimm Berufsakademie in Hanau. Er ist Leiter des dualen Studiengangs Produktgestaltung. Unter anderem ist er dort verantwortlich für Designtheorie und Designgeschichte.

Krämer studierte 1985–1991 an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach. Nach Projekten für den Rat für Formgebung und das Architekturbüro Axt & Sprang in Berlin gründete er mit Dagmar Steffen 1994 das Designbüro Exposition, das er mit der Teilhaberin Sabine Gutjahr bis 2015 als Geschäftsführer leitete. Der Schwerpunkt der Arbeiten lag im Themenfeld der Mensch-Raum-Objekt-Interaktion. 1997 bis 2014 lehrte er außerdem an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach Designgeschichte. Seit 2015 ist er hauptberuflich für die Brüder Grimm Berufsakademie Hanau tätig.

### **MELANIE KURZ**

Fachhochschule Aachen

#### **Das unerhört Neue im Jahr 1914: Muthesius' Antwort auf Stile und Moden**

**Kaum ein anderer Leitsatz als das von Raymond Loewy formulierte MAYA-Prinzip verdeutlicht besser, inwieweit das sogenannte Neue eine Rückbindung zum Bisherigen verlangt, um gesellschaftlich akzeptiert zu werden. Das bekannte Akronym steht für „most advanced yet acceptable“ und ist ein Ratschlag für Designer, beim Entwerfen**



den Blick möglichst weit in die Zukunft zu richten, den nächsten Entwicklungsschritt aber nur so fern vom Jetzt anzusiedeln, wie er noch an die Gegenwartserfahrung der Rezipienten anknüpft.

Wie wichtig Loewys Prinzip zu nehmen ist, wenn man Zustimmung für neue Ideen erhalten möchte, zeigt ein designhistorisches Paradebeispiel. Es ist ein unerhörter Vorschlag – ein Konzept, das Hermann Muthesius 1914 auf der Tagung des Deutschen Werkbunds vorstellen wollte und welches, obwohl es sich bald danach in allen Gestaltungsbereichen durchzusetzen vermochte, damals so neu war, dass es nur von wenigen Gestaltern verstanden wurde: Standardisierung und Normung. Ohne dieses Fundament sind gegenwärtige Produkt- und Medienwelten nicht vorstellbar – und dennoch wird gerade die Standardisierung auch heute noch kritisiert und in ein schlechtes Licht gerückt. Ähnlich problematisch ist es aus designwissenschaftlicher Sicht, einem Designprodukt dessen Funktion als Marktgut anzukreiden. Dass es unmöglich ist, den Aspekt der Standardisierung und die merkantile Funktion des Serienprodukts vom Designbegriff zu trennen, thematisiert der Vortrag ebenso wie die neueren Angriffe auf das Fach Design aufgrund dieser Bedingtheiten und seiner damit verknüpften Geschichte.

Prof. Dr. Melanie Kurz ist seit 2008 Professorin für Designtheorie und Designgeschichte am Fachbereich Gestaltung der FH Aachen. Nach dem Studium der Produktgestaltung (Diplom) und der Kommunikationsplanung (Master of Arts) erfolgte ihre Promotion auf dem Gebiet der Designwissenschaft. Zu ihren beruflichen Stationen zählt das Forschungs- und Innovationszentrum der BMW AG und die internationale Designagentur Ziba Europe, wo sie als Kreativdirektorin tätig war. In den letzten Jahren sind im Wilhelm Fink Verlag drei designwissenschaftliche Monografien erschienen: *Inspirationsmythen – Zur Ideengeschichte des menschlichen Schöpfungsvermögens* (2014), *Handwerk oder Design – Zur Ästhetik des Handgemachten* (2015), *Designstreit – Exemplarische Kontroversen über Gestaltung* (2017).

## ROBIN REHM

Kunsthistorisches Seminar in Basel; Institut für Kunstgeschichte der Universität Regensburg

### Design und Technik. Eine Patentgeschichte (1760–1960)

Le Corbusier legt in „Vers une architecture“ Fotografien der Notre-Dame de Paris und des Tour St. Jacques sowie von Blondels L'Arc de Triomphe und der Opéra Garniers über den Schattenriss des Ozeandampfers Aquitania und skizziert damit ein brisantes Szenario: Er unternimmt nichts weniger als einen machtvoll inszenierten Versuch, die tradierten Bedingungen der Dinge – unwiderruflich von der neuen Technik in Frage gestellt – zu transformieren.

Die Beziehungen zwischen Design und Technik zu untersuchen, gehört zu den zentralen Aufgaben der Designwissenschaft. Das Design-Patent, das *de jure* für „technische Neuerungen“ vergeben wird, gewährt entsprechenden Analysen einen geeigneten Zugang. Der Vortrag konzentriert sich auf Möbelinnovationen im Hinblick auf „Beweglichkeit“ und „Wandelbarkeit“, wie es in Marcel Breuers „Standard-Möbel“ Katalog von 1927 heißt. Anhand von Designneuerungen und Designpatenten soll herausgearbeitet werden, wie sich die Konzepte des Beweglichen und Wandelbaren vor dem Hintergrund der Industrialisierung im 18. Jahrhundert formieren. Designinnovationen, die sich auf Bewegung und Wandlung beziehen, so lautet die These, sind Elemente einer in der Aufklärung einsetzenden Moderne, die auf die Technik und die mit ihr einhergehende Notsituation des Individuums reagieren. In drei Schritten soll anhand von Möbeln und Patenten aufgezeigt werden, wie sich Bewegung und Wandlung als Konzepte der Kunsttischlerei des Klassizismus herausbilden und, vollkommen modifiziert, in den historistischen Ingenieurskonstruktionen des amerikanischen Patentmöbels auftauchen, um schließlich, erneut übersetzt, als Kernpunkte der Designprogrammatisierung der Klassischen Moderne zu figurieren.

PD Dr. Robin Rehm, Privatdozent am Kunsthistorischen Seminar in Basel; seit 2013 Dozent und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kunstgeschichte der Universität Regensburg; 2012 Habilitation an der Universität Basel (Prof. Dr. Gottfried Boehm); 2009–2013 wissenschaftlicher Mitarbeiter am IDB der ETH Zürich; 2005–2008 Habil.-stipendium der Universität Zürich; 2001–2005 Assistent am Kunsthistorischen

Institut der Universität Zürich (Prof. Dr. Stanislaus von Moos); 2001 Promotion FU Berlin: Das Bauhausgebäude in Dessau; 2000–2001 Centre Allemand d'Histoire l'Art in Paris; 1992–1997 Studium der Kunstgeschichte, Klassischen Archäologie und Theaterwissenschaft FU Berlin; Forschungsschwerpunkte: Malerei und Architektur 17. bis 20. Jahrhundert, Theorie und Geschichte des Designs, Ästhetik, Bildkritik.

## **MICHAEL SIEBENBRODT**

Bauhaus-Experte, Weimar

### **Von der Töpferscheibe zur Gusskeramik.**

### **Entwicklung von Designstrategien in der Keramikwerkstatt des Bauhauses 1922–1924**

**Seit 1922 wurde am Bauhaus der Kurswechsel von einer handwerklich orientierten Ausbildungsstätte zu einer modernen Hochschule für Gestaltung diskutiert und kollektiv umgesetzt. Dafür steht die Maxime von Walter Gropius „Kunst und Technik – eine neue Einheit“ und seine Forderung, die Werkstätten in „Laboratorien für die Industrie“ umzuwandeln. Dabei engagierten sich besonders die beiden Studenten der Keramikwerkstatt in Dornburg Theodor Bogler und Otto Lindig, die ganze Produktfamilien in Gusskeramik schufen und neue Strategien der Produktentwicklung umsetzten.**

- 1. Keramikexperimente jenseits oder unter Bruch traditioneller Techniken auf der Töpferscheibe. Grenzüberschreitungen zum Feld der Bildhauerei/Plastik.**
- 2. Die Kombinationskanne von Bogler, ein „Keramik-Baukasten“ in Analogie zum „Baukasten im Großen“ von Gropius. Das Ziel: mit wenigen, vorgefertigten Elementen, eine Vielzahl von Gefäßen zu erzeugen.**
- 3. Wegen mangelnder Resonanz/Absatz: Rückbesinnung auf Formen der Zeit um 1800 und handwerkliches „Dekor“ bei Design-Linien Lindigs 1923/1924.**
- 4. Lindigs Durchbruch zu organisch-funktionalem Gestalten jenseits mathematischer Grundformen 1924.**
- 5. Glasuren als Designelement zur Individualisierung industriell hergestellter Keramiken (Gusskeramik).**

## **6. Die Abschaffung der Keramikwerkstatt am Bauhaus als strategischer Fehler von Gropius. Gusstechnologien für Metalle und neue Plastik-Werkstoffe hätten eine Neueinrichtung am Dessauer Bauhaus erfordert.**

Michael Siebenbrodt, Maurerlehre, Architekturstudium an der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar (heute Bauhaus-Universität Weimar) 1972–1976. Dort bis 1985 wissenschaftlicher Mitarbeiter für die Lehrgebiete Architekturtheorie, Architekturgeschichte, Denkmalpflege und Freihandzeichnen. Mitbegründer der bis heute stattfindenden Internationalen Bauhauskolloquien in Weimar 1976. Bauhausforschungen seit 1974. Leiter des Wissenschaftlich-Kulturellen Zentrums (Bauhaus-Museum und Bauhaus-Bühne) am Bauhaus Dessau 1985–1988. Leitender Mitarbeiter im Kulturamt der Stadt Weimar, Stadtrat für Kultur. Mitarbeit an der documenta 10 und Weimar als Europäische Kulturhauptstadt 1999. Leiter des Bauhaus-Museums an den Kunstsammlungen zu Weimar (heute Klassik Stiftung Weimar) 1992–2017. Vorsitzender des Freundeskreises der Bauhaus-Universität Weimar e. V. und Leitung des Haus Am Horn (UNESCO-Welterbe) 2001–2017. Seit 2017 freischaffender Bauhaus-Experte. Zahlreiche Publikationen, Ausstellungen und Vorträge im In- und Ausland.

## **DAGMAR STEFFEN**

Hochschule Luzern – Design & Kunst

### **Kontinuität im Neuen.**

### **Zur Dialektik von Innovation und historischem Rückgriff**

**Seinem Wesen nach strebt Design nach Innovation. Als eine der Realisierung vorausgehende konzeptionelle Entwurfstätigkeit, die auf der „geistigen Durchdringung eines Problems“ (Lichtenstein) und abduktivem Denken basiert, grenzt sich Design durch die Entwicklung neuer Lösungen vom produzierenden Handwerk ab, das historisch vornehmlich auf die Reproduktion von überlieferten Entwürfen ausgerichtet war. Dabei kann das Ausgangsproblem, das zur „geistigen Durchdringung“ herausfordert, im Technologischen wie auch im Soziokulturellen liegen. Neue Basistechnologien,**

Herstellungstechniken und Materialien fordern ebenso zu neuem Design heraus wie Veränderungen in Gesellschaft, Kunst und Kultur. In beiden Fällen kommt der Designsemantik große Bedeutung zu, da sie technischen Fortschritt oder sich verändernde kulturelle Kontexte zeichenhaft sichtbar machen, aber auch zurücknehmen oder negieren kann.

Somit ist eine klare Grenzziehung zwischen dem Neuem und dem Traditiertem nicht immer möglich. Einerseits kann die Geschichte des Designs bis in die postmodern-moderne Gegenwart als eine Geschichte kontinuierlicher Erneuerung interpretiert werden. Auch wenn Designer wie Mendini oder Jongerius sich vom Projekt der Moderne und dem ihm innewohnenden Innovationsstreben verabschiedet haben und gegenwärtig in allen Feldern – Design, Kunst, Mode, Musik, Film – Vorhandenes aufgegriffen, adaptiert oder zitiert wird, ist diesen Arbeiten dennoch Neues inhärent. Andererseits können selbst in vermeintlich bahnbrechenden Innovationen nicht sofort erkennbare Kontinuitäten verborgen sein: Das Neue ist nicht immer in dem Maße radikal neu, wie es scheinen mag oder behauptet wird.

Prof. Dr., Dipl. Designerin, Dagmar Steffen ist seit 2008 Forschungsdozentin an der Hochschule Luzern – Design & Kunst. Sie lehrt in den Bachelor- und Master-Studiengängen Designsemantik, Theorien und Geschichte des Designs sowie Material Culture Studies. Ihre Forschungstätigkeit umfasst Projekte zu Innovationssemantik, designgetriebener Innovation, menschenzentrierter Gestaltung und zum Experimentbegriff. Seit 2010 ist sie Kommissionsmitglied der Konferenz DeSFoRM (Design and Semantics of Form and Movement) und seit 2017 Mitglied im Redaktionsbeirat des Artifact, Journal of Design Practice. Sie hatte Produktgestaltung an der Hochschule für Gestaltung Offenbach und am Edinburgh College of Art studiert, war als Fachjournalistin, Autorin, Ausstellungskuratorin sowie als Lehrbeauftragte an verschiedenen Hochschulen tätig. Mit einer Arbeit über „Praxisintegrierende Designforschung und Theoriebildung“ promovierte sie an der Bergischen Universität Wuppertal. Ausgewählte Publikationen sind einsehbar unter <https://hslu.academia.edu/DagmarSteffen/Papers>

## KILIAN STEINER

bayern design, Nürnberg

**Zukunft braucht Herkunft? Das Dilemma der bayerischen Designinitiativen (1985–1990)**

Nachdem es um die Designförderung in Bayern im bundesdeutschen Vergleich lange Zeit ruhig war, wurden in der zweiten Hälfte der 1980er Jahre verschiedene Initiativen zur Förderung des Designs ins Leben gerufen: Am 25. März 1987 wurde erstmals der Bayerische Staatspreis für Nachwuchsdesigner verliehen. In Nürnberg fand am 23. Juli 1987 die Gründungsversammlung des Förderkreises Designforum Nürnberg statt. Im Sommer 1989 folgte die Gründung des Design Zentrum München. Fast zeitgleich wurde aber in Nürnberg das seit 1869 bestehende Gewerbemuseum 1987 als eigenständige Institution geschlossen und seine Sammlung in der Folge dem Germanischen Nationalmuseum angegliedert.

Es verwundert daher nicht, dass bei der Entstehung der bayerischen Initiativen und den ersten Veranstaltungen auch intensiv diskutiert wurde, welche Präsenz das ‚Alte im Neuen‘ haben könnte. Gerade die Ausrichtung des Bayerischen Staatspreises für Nachwuchsdesigner liefert Hinweise darauf, dass man in Bayern zumindest staatlicherseits bemüht war, keinen Bruch mit den handwerklichen Traditionen zu vollziehen.

**In dem Tagungsbeitrag soll insbesondere der Leitfrage nachgegangen werden, welche Gegenwartsanalysen und Zukunftsbilder mit den neuen bayerischen Initiativen verbunden waren.**

Dr. Kilian Steiner wandte sich nach der Promotion als Technik- und Unternehmenshistoriker bei Prof. Dr. U. Wengenroth zur Unternehmensgeschichte des Unternehmens Loewe (1923–1962) als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Forschungsinstituts für Technik- und Wissenschaftsgeschichte am Deutschen Museum München Fragen der Technikgestaltung zu. Von 2008 bis 2013 war er als PR Referent International und stellvertretender Bereichsleiter Presse und PR der Loewe AG in Kronach tätig. Seit 2014 verantwortet Kilian Steiner in Nürnberg die Öffentlichkeitsarbeit des bayerischen Kompetenzzentrums für Design bayern design, der auch der Veranstalter der Munich Creative Business Week (MCBW) ist.

## JOSEF STRASSER

Die Neue Sammlung – The Design Museum, München

### Das Neue an der Neuen Sammlung

**Die Geschichte der Neuen Sammlung ist von Anfang an, d. h. seit der Gründung im Jahr 1925, mit der Ausrichtung auf das Neue verbunden. Im Gegensatz zu den tradierten Kunstgewerbemuseen standen nicht die vergangenen Epochen im Vordergrund, sondern Objekte von heute – und damit die Auseinandersetzung mit der Gegenwart. Es ging vor allem darum, gut gestaltete, aktuell entstandene Gegenstände zusammenzustellen und zu zeigen, um – ganz im Sinne des Werkbundes – zur Geschmacksbildung beizutragen, das künstlerische Verständnis der Handwerker, Entwerfer und Produzenten, aber auch der Käufer zu schulen.**

Ein entscheidender Vorteil der Neuen Sammlung bestand in ihrer Eigenständigkeit als Museum. Obwohl ursprünglich als Weiterführung des Bayerischen Nationalmuseums gedacht und verwaltungsmäßig zusammengeschlossen, konnte der erste Direktor der Neuen Sammlung, Günther von Pechmann, relativ unabhängig agieren und sich ganz und gar auf das Neue konzentrieren, ohne den Ballast einer historischen Sammlung im Hintergrund zu haben. Ein Ansatz, der für die Entwicklung in den kommenden Jahren entscheidend war und die Grundlagen für die heutige Position der Neuen Sammlung als eines der führenden Designmuseen der Welt schuf.

Nach der im dritten Reich erzwungenen Schließung des Museums – das Neue war ideologisch befrachtet – erfolgte 1946 die Wiedereröffnung und damit auch eine Wiederanknüpfung an die ursprüngliche Ausstellungs- und Sammlungspolitik, wobei sich die Ausstellungen (z. B. Profitopolis) zunehmend als durchaus kulturkritische Ansätze auszeichneten und damit auch eine Neupositionierung des Museums in die Wege leiteten.

Mit der Reorganisation und damit Neustrukturierung seit den 1980er Jahren reagierte das Museum auf die veränderten Erfordernisse der Gegenwart, u.a. wurden Sammlungsfelder wie Sekundärarchitektur, Fahrzeuge, Systeme entscheidend erweitert bzw. neu aufgebaut.

Die Herausforderungen unserer Zeit, die Frage nach dem gewandelten Verständnis von Design, aber auch von zukünftigen Entwicklungen in diesem Bereich, stehen im Mittelpunkt der aktuellen

**Überlegungen, wie sie sich auch in Ausstellungen wie „Beyond the new“ (2017/2018) manifestieren.**

Dr. Josef Straßer studierte Kunstgeschichte, klassische Archäologie und historische Hilfswissenschaften an den Universitäten in München und Salzburg. Nach seiner Promotion über ein Thema zur süddeutschen Barockmalerei arbeitete er über Kunst und Design des 19., 20. und 21. Jahrhunderts. Seit 1991 ist er an der Neuen Sammlung – The Design Museum in München als Konservator für Design tätig.

## WOLFGANG ULLRICH

Kunst- und Kulturwissenschaftler

### Wieso das Neue immer wieder von neuem neu ist

In den letzten Jahrzehnten gab es im Marketing viele Moden und einige Paradigmenwechsel. Doch eines hat sich nicht geändert: Das Attribut ‚neu‘ erfreut sich nach wie vor größter Beliebtheit. Es ist unerschütterlich robust, so als sei es allein wegen seiner Bedeutung bereits resistent gegen Abnutzungs- und Ermüdungserscheinungen. Warum aber ist das Neue dauerhaft so verheißungsvoll? Was macht es zur Leitkategorie für Design und Konsumästhetik? Und wie wird es in Szene gesetzt – von Produzenten sowie von Konsumenten? Gerade letztere haben seit einigen Jahren mehr Möglichkeiten als früher, ihre Freude am Neuen zum Ausdruck zu bringen: mit Videos und Fotos, die sie in den Sozialen Medien publizieren, also etwa mit ‚Unboxing Videos‘, in denen das Auspacken eines neuen Produkts dokumentiert wird, oder mit ‚Produktselfies‘, auf denen man das jeweils Neue stolz in die Kamera hält. Dass das Image einer Marke oder eines Produkts damit auch von den Aktivitäten der Konsumenten abhängt, hat wiederum Rückwirkungen auf das Design: Etwas, das unter den Bedingungen der Sozialen Medien als neu zur Geltung kommen soll, sieht anders aus, als Neues früher ausgesehen hat. Gerade weil Neuheit schon so lange ein Ideal ist, lässt sich nachvollziehen, wie sich seine Umsetzung verändert hat. Längst gibt es eine Stilgeschichte des Neuen, und aktuell entfaltet sie eine besondere Dynamik.

Dr. Wolfgang Ullrich, geb. 1967 in München. 1986 bis 1994 Studium der Philosophie, Kunstgeschichte, Logik/Wissenschaftstheorie und Germanistik in München. Danach freiberuflich tätig als Autor, Dozent, Berater. 1997 bis 2003 Assistent am Lehrstuhl für Kunstgeschichte der Akademie der Bildenden Künste München, danach mehrere Gastprofessuren. Von 2006 bis 2015 Professor für Kunstwissenschaft und Medientheorie an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe. Seither freiberuflich tätig in Leipzig als freier Autor und Kulturwissenschaftler. Letzte Buchveröffentlichungen: Alles nur Konsum. Kritik der warenästhetischen Erziehung, Berlin 2013; Des Geistes Gegenwart. Eine Wissenschaftspoetik, Berlin 2014; Der kreative Mensch. Streit um eine Idee, Salzburg 2014; Siegerkunst. Neuer Adel, teure Lust, Berlin 2016; Wahre Meisterwerte. Stilkritik einer neuen Bekenntniskultur, Berlin 2017.

### **JAN SEBASTIAN WILLMANN**

Bauhaus-Universität Weimar

**Das [digital] Neue in der Gestaltung – Wie sich die Zukunft in der Vergangenheit entscheidet**

Heute im **Mainstream** angekommen, besteht die Herausforderung der **digitalen Technologien** für die **Gestaltungsdisziplinen** (u. a. *Computational Design, Internet of Things oder Personal Fabrication*) nicht mehr allein in den neuen **algorithmischen und generativen Entwurfs- und Herstellungsverfahren**, ganz gleich, wie **avanciert** diese auch sein mögen. **Nein**, herausfordernd ist nicht allein der **technologische Wandel**, vielmehr ist es das **Fehlen von geschichtlicher und theoretischer Auseinandersetzung**, um der Frage nachzugehen, welche **konkreten Auswirkungen** mit der **Digitalisierung** verbunden sind und welche **Konsequenzen** sich für das **Selbstverständnis der gestalterischen Disziplinen** und ihre **Praxis** ergeben. Hierfür wird der Vortrag auf **unterschiedliche Phänomene** des „**Digital Turn**“ seit den **Neunzigerjahren** eingehen und insbesondere die von **Leon Battista Alberti** zur **Mitte des 15. Jahrhunderts** eingeführte **Trennung von Entwurf und Ausführung** – und damit die **Erfindung der modernen Urheberchaft** – diskutieren. Denn diese wird heute, nach mehr als

**500 Jahren, zunehmend in Frage gestellt und vielerorts durch kollektive Gestaltungsverfahren abgelöst. In diesem Sinne soll der digitale Wandel nicht nur im Hinblick auf seine unerbitterliche Neuartigkeit und Zukunftsorientierung beleuchtet werden, sondern – und vor allem – geschichtlich verortet werden. Das [digital] Neue, so die These des Vortrages, bietet demnach das Potenzial für eine erweiterte Betrachtung der Designgeschichte: von der auktorialen Logik der Renaissance bis hin zur kollektiven Logik des Computerzeitalters, und wieder zurück.**

Jun.-Prof. Dr. Jan Willmann ist Professor für Theorie und Geschichte des Design an der Bauhaus-Universität Weimar. Sein Forschungs- und Publikationsschwerpunkt ist die Theorie der Gestaltung vom 19. bis 21. Jahrhundert an der Schnittstelle zur Sozial- und Technikgeschichte. Jan Willmann unterrichtete und hielt Vorträge an zahlreichen Hochschulen und arbeitete mit unterschiedlichen Institutionen und Museen zusammen, darunter das FRAC Centre, Chicago Architecture Biennial, Vitra Design Museum und Palais de Tokyo. Seine Aufsätze wurden u. a. in AD, GAM, architektur.aktuell, The Architectural Review, IEEE, Elsevier Automation & Construction, TEC21, IJAC, DETAIL und Süddeutsche publiziert. Zudem ist er Autor der ersten Anthologie zum roboterbasierten Entwerfen und Bauen: *The Robotic Touch* (Zürich, 2014).

### **CLAUDIA ZACHOW**

Porzellanikon – Staatliches Museum für Porzellan, Hohenberg a. d. Eger/Selb

**Die Unabhängigkeit des Designs von Neuartigkeit und Zeit. Exemplarische Betrachtungen zu gestalterischen Auffassungen im Bereich Gebrauchsgefäß**

Eine bei der gegenständlichen Gestaltung manchmal vernachlässigte Konstante ist die grundlegende Bedingtheit zwischen „**Form und Funktion**“. Ergänzt man den Betrachtungsradius um den Aspekt „**Qualität**“, lässt sich durchaus eine gewisse **Unabhängigkeit von Trends und kurzfristigen Moden** – also der **Präsenz des Neuen** – feststellen. Unter dem **Blickwinkel des „Alten im Neuen“** und der heute

fast zeitgemäß gewordenen Betrachtung der Geschichte der Entwurfskultur zeigt der Vortrag exemplarisch formgestalterische Auffassungen von Lehrenden sowie unter deren Einfluss entstandene studentische Entwürfe am besonderen Betrachtungsgegenstand der Gefäßgestaltung an der Burg Giebichenstein – Kunsthochschule Halle. Gerade der spezielle Blick auf die Vermittlung der Formgestaltung ist hierbei von großem Interesse: Lehrauffassungen zur formalen, funktionalen wie qualitativen Beständigkeit werden deutlich aber auch die Praxistauglichkeit der daraus resultierenden Entwürfe wird ablesbar.

Einblicke in Lehrkonzepte der ersten Lehrenden dieser spezialisierten Studienrichtung (z. B. Hans Merz, Hubert Petras) sowie studentische Arbeiten aus dieser Zeit geben ein anschauliches Bild vom technologischen und gestalterischen Stand. Dem gegenübergestellt werden aktuelle Gestaltungs- wie Lehrauffassungen heutiger Designer. Etliche Absolventen der betrachteten Studienrichtung entwerfen für namhafte Porzellanhersteller (z. B. Barbara Schmidt, Heike Phillip) und sind in der Lehre tätig. Im Idealfall zeigen sich Parallelen zwischen dem Damals und Heute – trotz technischer Neuentwicklungen und verändernder Lebensgewohnheiten.

Die berufliche Laufbahn von Claudia Zachow begann mit einer Ausbildung zur Porzellanmalerin an der Staatlichen Porzellanmanufaktur Meissen. Seit dieser Zeit blieb sie dem Material Porzellan eng verhaftet. Einem Diplomstudium in der Fachrichtung Keramik-/Glasdesign an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein Halle folgte ein Masterstudium der Designwissenschaften ebenda. Seit 2003 arbeitet sie als freiberufliche Designerin und Dozentin in den Bereichen Produkt- und Kommunikationsdesign. Zwischen 2013 und 2015 war sie Gastprofessorin im Bereich Produktdesign an der Universität der Künste Berlin. Seit 2014 ist sie Kuratorin im Porzellanikon – Staatliches Museum für Porzellan, Hohenberg a. d. Eger/Selb.

**NEUE  
SAMMLUNG  
THE  
DESIGN  
MUSEUM**

**Gfdg**

Gesellschaft für Designgeschichte e. V.

Tagungsort:  
Die Neue Sammlung – The Design Museum  
Pinakothek der Moderne  
Barer Straße 40  
80333 München