

Digital Design Jahrbuch 2023

BAUHAUS

bitkom

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.
T 030 27576-232 | f.termer@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Design

Layout

Anna Stolz | Bitkom e.V.

Titelbild

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.

Copyright

Bitkom 2023

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

»Feeling and Form«

Axel Platz | Siemens AG

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2023«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

↗ <https://www.bitkom.org/Digital-Design-Jahrbuch-2023>

»Feeling and Form«¹

Axel Platz | Siemens AG

Einst am Beginn meines Werdegangs als Designer stand ich am Reißbrett, nah mit den Augen an Bleistift und Papier, und rang um das Detail einer Form. Der Atelierleiter stand nicht so nah, eher hinter mir, hatte schon deswegen eine andere Perspektive und konnte mir raten, mich nicht im Detail zu verlieren, sondern dabei immer auch das Ganze im Blick zu behalten. Eine Episode, die doch einen Grundzug meiner Laufbahn vorgegeben hat, immer weiter zu schauen, nicht nur auf die ganze Form des zu gestaltenden Produkts, darüber hinaus auf dessen Kontext und die Tätigkeiten, in die es eingebunden ist, seine sozialen, ökonomischen und ökologischen Implikationen und heute, wie es den großen Problemen unserer Zeit begegnen könnte.

Und doch, wenn ich am Ende des Tages den Rechner herunterfahre und es bedenke, sind es sichtbar nur Bilder, die ich gezeitigt habe. Fast ohnmächtig erscheint einem da sein Tun. Als Lichtblick zu Höherem des Bildes kommt einem Nelson Goodmans »Ways of Worldmaking« in den Sinn, wenn auch getrübt durch das, was der Gestalter im Ringen um die Form als die Widerständigkeit des Materials erlebt, und die gibt es auch im Digitalen allem *anything goes* zum Trotz. Es ist die grundlegende Formalisierungs- und Explizierungslogik², der die Digitalisierung folgt, eine Logik kurz gesagt, der es gelingt, die Last eines Steins zu messen, aber nicht das Lästige dieses Steins zu ermessen. Damit ist man bei Heidegger und seiner bedeutenden Abhandlung »Vom Ursprung des Kunstwerks«. Interessanterweise entwickelt Heidegger darin seine Gedanken nicht anhand der großen Werke der Kunstgeschichte, etwa der Mona Lisa, sondern an einem demgegenüber relativ unbekanntem Gemälde von Vincent Van Gogh, das in wenigen Strichen und Brauntönen ein altes, abgetragenes Paar Schuhe zeigt – Gebrauchsgegenstände, und wir sind zumindest damit bei der Produktgestaltung.

Die Reflexion zu Leben und Welt, zu menschlicher Existenz und zur Essenz der Dinge, die Heidegger in diesen Schuhen dargestellt sieht – verbrauchten Gegenständen des Gebrauchs – die sieht er allerdings nicht direkt in den Schuhen, sondern im Bild der Schuhe; es ist eine Bedeutung, die sich erst in der Darstellung im Bild eröffnet³. Würden wir dasselbe Paar Schuhe leibhaftig in unserem Keller stehen sehen, würden wir wahrscheinlich eher überlegen, sie beim nächsten Aufräumen zu entsorgen.

Im Bild als Werk liegt also eine Kraft der Bedeutung; Heidegger unterscheidet darin das Kunstwerk von Werkzeugen.

1 Langer, Susanne K. Feeling and Form. A theory of Art Developed from Philosophy in a New Key. New York (1953)

2 Huchler, Norbert. Die Grenzen der Digitalisierung. Neubestimmung der hybriden Handlungsträgerschaft zwischen Mensch und Technik und Implikationen für eine humane Technikgestaltung. HMD 53, 109–123 (2016)

3 Hauskeller, Michael. Was ist Kunst? Positionen der Ästhetik von Platon bis Danto. Verlag C.H.Beck (2008)

Aber wie gelingt diese Bedeutung über den dargestellten Gegenstand hinaus?

Die Formen und Farben im Bild müssen es sein, denen dieses Vermögen eignet. Aber nicht in deren ästhetischer Ausgestaltung liegt es, nur mittelbar, unmittelbar in deren Ausdruckskraft.

Form follows Function gilt als die Formel der Formfindung – aber geht es dann nicht um mehr als die Form, die gut die Funktion zeigt, und daraus ihre Schönheit bezieht? Schon Gropius dämmerte, daß »das Schlagwort von der Zweckdienlichkeit, die mit Schönheit identisch sei, nur halb wahr ist.«⁴ »Signifikante Form«⁵ sagt Susanne K. Langer in ihrem kunsttheoretischen Standardwerk mit dem trefflichen Titel *Feeling and Form*.

»Schönheit ist ein Mittel zur Klärung des Ausdrucks.«⁶ In Heideggers spröder Sprache: »Schönheit ist eine Weise, wie Wahrheit als Unverborgenheit west«⁷.

4 Gropius, Walter. *Scope of Total Architecture*. New York (1943), zitiert nach: Arnheim, Rudolf. *Zur Psychologie der Kunst*. Kiepenheuer & Witsch (1966) S.166

5 Langer, Susanne K. *Fühlen und Form. Eine Theorie der Kunst*. Aus dem Amerikanischen übersetzt von Christiana Goldmann und Christian Grüny. Felix Meiner Verlag (2018)

6 Arnheim, Rudolf. *Zur Psychologie der Kunst*. Kiepenheuer & Witsch (1966)

7 Heidegger, Martin. *Holzwege*. Vittorio Klostermann (1977)

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org

bitkom.org

bitkom