

Wenn man sich fragt und darüber nachdenkt, welche Relevanz Design für die Gesellschaft hat (und notabene haben könnte), dann müsste man es als erstes mit dem »umgekehrten« Weg versuchen: Was würde der Welt, der Gesellschaft, den Menschen eigentlich fehlen, wenn es Design nicht gäbe? Auf was müssten sie verzichten und, kurzum, wäre sie dann so viel ärmer? Bei dieser Frage muss ich unweigerlich an einen Wiener Freund und Kollegen denken, der zwar mit ganzem Herzen Gestalter ist, die Frage aber recht eindeutig und sicherlich auch höchst pädagogisch-ketzerisch beantwortet: Es ginge gerade genauso gut ohne!

Ausführen oder einmischen?

Wie immer muss man auch dabei natürlich sofort ein wenig differenzieren, was hier gewissermaßen noch einen methodischen Sinn und Nutzen hat: Von welchem Design sprechen wir? Denn dabei ist weniger gemeint, ob Produkt-, Mode- oder Kommunikationsdesign, sondern eher wessen Geist es ist und welche Haltung es trägt. Wenn man eine solche Differenzierung für ertragreich hält, so kommt man schnell und mindestens auf zwei recht grundsätzliche Arbeits- und Gestaltungshaltungen: Man macht, was verlangt wird, für was und wen auch immer – oder man »mischt sich ein«, arbeitet inhaltlich mit, was vom Strategischen bis zum Pragmatischen gehen kann. Stört, irritiert, hilft, korrigiert, diskutiert, bringt sich ein. Gestaltung hat also das breite Spektrum von einer Quasi-Prostitution (die hier freilich nicht wertend aufgeführt ist und deren Rolle für die Gesellschaft vermutlich tatsächlich wichtiger ist als die von Gestaltung!) bis zum beratenden, begleitenden (wirklichen) Gestalter. Dieses Wort ist hier nicht wegen einer schönen Abwechslung zwischen den wenigen Begriffen gesetzt und gerade zufällig »an der Reihe«, sondern sehr bewusst verwendet: Man mag sich, vertritt man stärker die zweite Interpretation der eigenen Aufgabe, angesichts der Design-Grausamkeiten und Wortmissbräuche oft schon lieber als Gestalter sehen und benennen denn als Designer.

Wer dient wem?

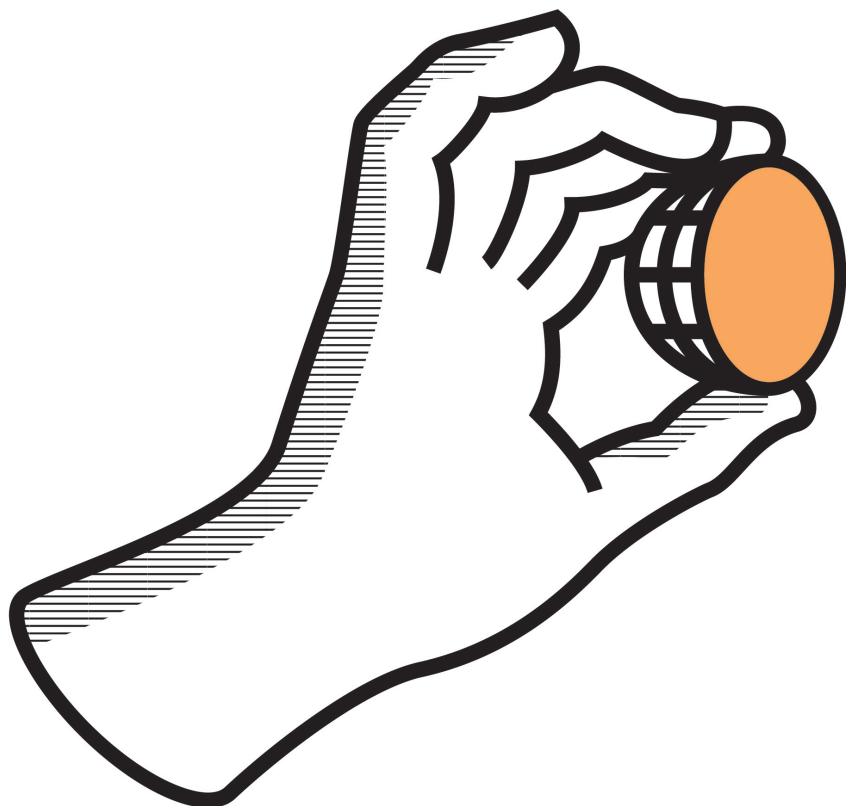
Jetzt hat sich dieses »begleitende Gestalten« selbstredend auch sehr verändert, nicht nur mit Blick auf die letzten fünfzig, sechzig Jahre, nein, schon die letzten ein, zwei Jahrzehnte haben die Prämissen stark verändert. Wenn wir in die Nachkriegszeit schauen, das fulminante und lange anhaltende Wirtschaftswachstum, dann hat das mit dem heute wenig zu tun: Wachstum wird in diesem Maße nicht dauerhaft möglich sein; immer mehr Menschen stellen zudem infrage, ob dieses Ziel überhaupt erstrebenswert und sinnvoll ist – das ist das eine. Das andere aber ist nicht weniger wichtig: Damals haben fast alle davon profitiert, wenn das Wirtschaftswachstum anstieg. Heute sind es wenige und immer weniger. Der Wandel in dieser Zeit zeigt sich ganz eindrucksvoll an einem der (und ihrer) wichtigsten Gestalter – Otl Aicher, dessen Gestaltung selbst vielleicht das am wenigsten Besondere seines Schaffens ist, umso mehr aber sein Ansatz, (visuell) zu forschen, sich einzumischen und eben zu stören. Doch so wichtig er für – ja bis heute auf ihrem Gebiet führende und beispielgebende – Unternehmen war, so innovativ und intelligent, so naheliegend und weitreichend seine Ansätze waren, das genügt heute längst nicht mehr. Ob es der Gedanke ist, nicht mehr Leuchten zu kreieren, sondern Licht (was alleine das für Optionen, für neue Perspektiven, für einen Imperativ zu forschen und zu entwickeln entstehen ließ und forcierte – unglaublich!) und bei Griffen über das Greifen nachzudenken. Dass eben nur eine neue, etwas schöner gestaltete Broschüre nicht viel verändern wird, aber dieses Nachdenken über das »Eigentliche«. Und was sich daraus wiederum für ein Potenzial eröffnet. Freilich und insbesondere auf dieses eine Büro bezogen waren das Konzept und die Herangehensweise sozusagen endlich – da eben nur für jeweils ein Unternehmen in der Branche machbar.

E

Andreas Koop likes to grapple with issues of design theory. On the practical side, too, he's quite a dab hand. It's a combination that leads to some amazing projects emerging from his studio in rural SW Germany.



Denn nur die Gestalter haben eine Fähigkeit, die ansonsten kaum jemand hat: Sie können Dinge visualisieren, die es noch nicht gibt.



Von oben nach unten?

Nochmals auf diese andere Zeit zurückzukommend, sollte man sich einen weiteren Aspekt anschauen: Das damalige (und zentrale) Versprechen, »wenn wir uns anstrengen und etwas fleißig arbeiten, dann geht es uns morgen besser als heute« – auch das hat ausgedient. Man tut eben nicht mehr automatisch »allen« (also den gesamten Arbeitern und daran hängenden Unternehmen und Zulieferern) etwas Gutes, wenn man einer Firma nützt. Heute entsteht immerhin und beispielsweise ein erheblicher Teil der Überschüsse bei beinahe allen großen Unternehmen auf Kosten nicht dauerhaft angestellter und schlecht(er) bezahlter Leiharbeiter. Von dem, was sich in anderen, ärmeren Ländern abspielt, ganz zu schweigen. Und wenn man heute ein Produkt der Firma Braun kauft, dann unterstützt man damit unter anderem den Formel-1-Rennfahrer Sebastian Vettel. Tja, das ist schön für ihn – und ein kleines Beispiel für die anscheinend nicht mehr aufzuhaltende allgemeine Umverteilung von unten nach oben.

Heute also wird der Imperativ, der Antrieb für einen Gestalter eher darin begründet und damit motiviert sein müssen, ein nachhaltiges, faires, verantwortungsvolles Wirtschaften zu stärken. So überstrapaziert das Wort ist, so sehr es zur Floskel verkommen sein mag, es gibt leider kein besseres, richtigeres: dass also zum Ökonomischen das Ökologische und Soziale hinzukommt. Als Parameter, als Größe, als Ziel. Denn so vernünftig und logisch ist unsere Art des Wirtschaftens ja nicht. Ein Neukauf ist inzwischen meist günstiger als eine Reparatur (wenn sich überhaupt jemand dafür findet) und für die Folgekosten des persönlichen Wirtschaftens muss letztlich auch niemand aufkommen. Würde die konventionelle Landwirtschaft beispielsweise für die schleichende Vergiftung des Trinkwassers aufkommen müssen, wären ihre Produkte vermutlich nicht mehr billiger als die der biologisch-organisch arbeitenden Bauern. Also selbst wenn die Welt ohne Gestalter oder Designer vielleicht nicht so viel ärmer wäre – sie wäre vermutlich entschieden reicher, wenn es kein Marketing mehr gäbe!

Nutzen oder ausnutzen?

Doch um nochmals auf die unterschiedlichen Arten von Design und den Haltungen von Gestaltern zurückzublicken, kann man diese, wie auch schon eingangs, recht grob in zwei Charaktere oder zumindest »Geschäftsmodelle« einteilen: eben die einen, die alles machen und meist auch erst am Ende hinzugezogen werden, wenn ohnehin alles entschieden ist, und die anderen, bei denen es (wenigstens zumeist) darum geht, was Sinn ergibt und Sinn stiftet; sie sind vermutlich immer auch früher einbezogen und können noch Einfluss nehmen. Besser bezahlt ist wahrscheinlich ersteres, was auch notwendig sein wird, um es jemandem leichter zu machen. Und damit kommt man doch sehr konkret an eine der Beziehungen zwischen Design und der Gesellschaft: Sie kann eine »kaschierende«, täuschende, (über-)blendende sein oder eine informierende, korrigierende und bereichernde. Dabei ist die – im Grunde ja schon wesensgemäße – Fähigkeit und Anlage hin zur »Multiplikation« ein nicht unwesentlicher Faktor. Wenn ich im Grunde also nur mein eigenes Verhalten verändern kann (was freilich genügen würde, wenn es jeder tut, umso frustrierender aber ist, wenn man um sich herum das Gegenteil sieht), kann ein Bäcker immerhin für viele ein gutes, ein besseres Brot backen – wir aber haben die Chance und Gelegenheit, dieses »anders«, dieses »besser« Tag für Tag bei den verschiedensten Unternehmen, Projekten und Institutionen einzubringen. Darin steckt eine Kraft, die man nicht unterschätzen sollte! Aber wie immer gilt: Ein größeren Einfluss bringt natürlich auch Verantwortung mit sich.

Einen ähnlichen Wirkungsgrad hätte ansonsten freilich die Politik; sie immerhin ist für die Rahmenbedingungen verantwortlich und könnte diese anders justieren. Insofern wäre es für sie letztlich so viel einfacher, gleichzeitig aber vermutlich auch nochmals schwerer, Veränderungen zu initiieren.



Denn nur die Gestalter haben eine Fähigkeit, die ansonsten kaum jemand hat: Sie können Dinge visualisieren, die es noch nicht gibt. Bilder erschaffen, die ein Ziel, eine Vision entwerfen, zeichnen und damit vielleicht Kräfte wecken, Überzeugungen schaffen und Energien freisetzen, die so notwendig wären, um die vielen wichtigen kleinen, besonders aber großen Zukunftsthemen voranzubringen. Eine Energiewende beispielsweise scheitert in Deutschland ja letztlich nicht an ihrer technischen Machbarkeit und auch ihre Finanzierung scheint nicht unmöglich, aber sie wird zerredet, in Wahlkämpfen instrumentalisiert und von jeder Richtung derart infrage gestellt, dass sie im Ganzen ernstlich gefährdet ist. Denn es gibt keine Vision davon, was es bedeuten könnte, nicht mehr von befremdlichen Staaten und deren Erdöl und -gas abhängig zu sein, die Wertschöpfung im Land zu behalten sowie Technologien zu entwickeln, die andere Nationen auch früher oder später brauchen werden. Und es gibt für diese Gedanken fast schon konsequenterweise auch keine Bilder, leider.

Disziplinen überschreiten!

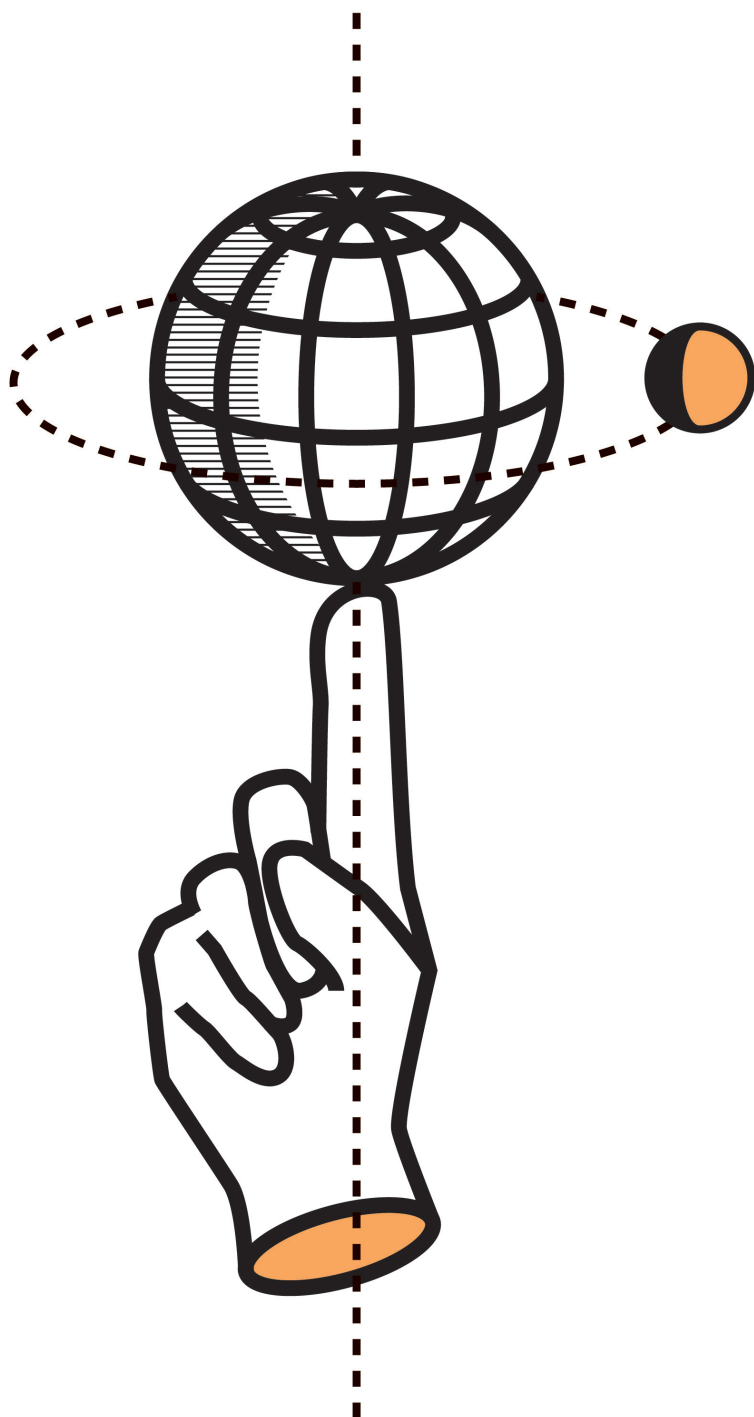
Sicherlich, selbst wenn die Wirtschaft das Leben der Menschen zwar sehr zentral und elementar prägt, alles ist sie natürlich auch nicht. Wobei ohne sie alles nichts ist, das muss man schon auch sehen. Bemerkenswert ist ebenso, dass eben die »Ökonomie«, also dieser Zweig der Wissenschaft, ohne disziplinenübergreifende Ansätze und Zusammenarbeit mittlerweile nur mehr wenig oder keinen rechten Ertrag mehr zu leisten imstande ist. Man hat hier (ein-)gesehen, sehen müssen, dass Wirtschaften eine so rationale Angelegenheit nicht ist! Weshalb es schwer ist, sie zu verstehen oder gar ihre Entwicklung vorauszusagen, wenn man nicht die Soziologen, die Psychologen und so weiter hinzuzieht. Freilich eine gute Entwicklung, die vielleicht auch im Ganzen dazu führen mag, die recht extreme »Überspezialisierung« allerorten ein wenig zu korrigieren. Dies alles jedenfalls ist ein Grundzug und eine Entwicklung, die mehr und mehr fast überall zu beobachten ist – und die vermutlich auch das Design ganz stark betrifft. Diese Interdisziplinarität ist eine große Chance, oder muss man noch besser sagen: sie wäre eine? Gut, in die eine Richtung ist es leichter, niemand hindert uns daran, Vertreter anderer Disziplinen bei Projekten zumindest phasenweise mit ins Boot zu holen, also das Wissen und die Perspektiven von Soziologen, Historikern, Anthropologen und so weiter zu nutzen. Wer damit nur ein wenig Erfahrung gemacht hat, der weiß, wie spannend (und anstrengend!) das sein kann!

Design und Forschung

Was muss aber passieren, damit die Vertreter anderer Disziplinen auch in uns eine Bereicherung sehen? Ein »Nutzen« liegt sehr nahe: die Visualisierung von Ergebnissen, von Prozessen und so weiter. Nicht nur wegen eines schöneren Satzspiegels, oder damit es bunter wird, nein, sondern um vielleicht erst über die Darstellung Zusammenhänge zu entdecken, zu sehen und sicht- und kommunizierbar zu machen. Vermutlich braucht es dazu aber in einer Art Erweiterung die Designforschung – und mit ihr erst recht das Verständnis davon, auch außerhalb der »Branche« – im Sinne einer wissenschaftlicheren Perspektive und Expertise; damit wenigstens halbwegs mit ähnlichen Standards gearbeitet wird, das Ganze eben mehr ist und mehr kann als Kreativität oder Subjektivität.

Um wie viel mehr könnten Historiker womöglich aus Dokumenten gewinnen, wenn sie nicht nur den Inhalt, sondern auch die Form lesen könn(t)en, wenn sich unterschiedliche Zugänge und Kompetenzen ergänzen, wenn man sogar gestalterisch eingreifen kann in Archivalien, Alternativen nicht nur beschreiben kann, sondern sie erstellen ... dabei könnte Design/Designforschung sicherlich oft eine mindestens helfende visualisierende Funktion haben (man denke nur an die unglaublichsten Fragebögen, die »ins Feld«

Gleichermaßen müsste man sich schon fragen, ob es nicht auch eine Stärke von Gestaltung (auch hier wieder die bewusste Umgehung des Wortes »Design«) sein könnte, nicht nur die »Ergebnisse« zu visualisieren, sondern auch den Weg dahin mit zu gestalten: also die Strategien, Herangehensweisen und ganz besonders die Prozesse ...



geschickt werden) oder eben sogar auch eine inhaltliche, substanzielle. Es gibt leider noch immer viel zu wenige Beispiele, die solches illustrieren würden – und damit vielleicht auch motivieren.

Der erweiterte Gestaltungsbegriff

Was sicherlich eine weitere problematische Rolle im Kontext von Design und Gesellschaft spielt, ist die doch relativ starke Eingrenzung der Mittel, Medien und Möglichkeiten – zumindest so lange, wie man diese als gegeben hinnimmt. Wenn sich also Kommunikations- und Informationsdesign auf Broschüren und Online-Medien beschränken. Dies betrifft auch inhaltliche und konzeptionelle Aspekte; so muss beispielsweise nicht beinahe reflexartig »das Buch« als probates Medium gelten, nur weil es um wissenschaftliche oder eher theoretische Inhalte geht. Vielleicht wäre es ja gerade das Symposium, das viel geeigneter wäre – wenn ich einen Dialog schaffen, initiieren will, warum dann nicht gleich direkt, physisch sozusagen? Gleichermäßen müsste man sich schon fragen, ob es nicht auch eine Stärke von Gestaltung (auch hier wieder die bewusste Umgehung des Wortes »Design«) sein könnte, nicht nur die »Ergebnisse« zu visualisieren, sondern auch den Weg dahin mit zu gestalten: also die Strategien, Herangehensweisen und ganz besonders die Prozesse ... Gerade hier wäre vermutlich auch die notwendige und wichtige Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen, Professionen und Perspektiven gegeben, verbunden und unterstützt durch die bereits erwähnte Fähigkeit, kraftvolle und motivierende Bilder zu erschaffen, die es noch nicht gibt.

Fast immer ist dort gerade die »Non-Linearität«, die Ergebnisoffenheit von Design(prozessen) und seiner Anwendung (im Sinne eines »Design Thinking« vermutlich, das genau diesen Begriff vermutlich gar nicht bräuchte und den bemerkenswerterweise Unternehmensberater gerne wertschöpfend und diversifizierend finden) sehr konstruktiv, bereichernd und unerwartet. Und wenn man eh gerade dabei ist, weit nach vorne zu schauen (hoffentlich nicht nur zu träumen!), dann kann man den Horizont auch gleich noch weiter absuchen: Was eines der drängendsten und dringendsten Designprojekte sein könnte, das wäre die Neugestaltung unserer Demokratie! Ein neues Ausbalancieren von Individualität und Gemeinschaft. Denn wer soll so etwas sonst machen? Die Wirtschaft praktiziert es ja bereits in hohem Maß und ohne große Zurückhaltung mit dem Lobbyismus. Die Politik wird sich nicht selbst neu erfinden können – denn sie würde damit sicherlich Privilegien (und mehr) einbüßen. Die Juristen und Berufsbeamten erscheinen auch nicht gerade als vielversprechend. Wer könnte also eine Vision von Demokratie im 21. Jahrhundert entwickeln? Natürlich zusammen mit anderen Professionen. Doch auch wenn diese Vorstellung verwegen bis illusorisch sein mag, eines scheint elementar und relevant: Design ist politisch. Jede Art der Gestaltung hat eine politische, eine gesellschaftliche Dimension (und Wirkung). Sei sie noch so klein – viel Kleines ergibt irgendwann auch etwas Großes.

Wenn also das Design, Designer, Gestalter einen Einfluss auf die Gesellschaft suchen: Sie haben ihn bereits. Er ist sogar unumgänglich! Die Frage ist nur, was sie daraus machen. Denn natürlich ist ein schöner machen auch schon besser – aber ein besser machen halt umso schöner! Und wichtiger. Und besser ist immer auch politisch und damit gesellschaftlich relevant.

Denn natürlich ist ein schöner machen auch schon besser – aber ein besser machen halt umso schöner!