

Elisabeth Hartung (Hg.)



VISIONEN
GESTALTEN

NEUE INTERDISZIPLINÄRE
DENKWEISEN UND
PRAKTIKEN IN DESIGN, KUNST
UND ARCHITEKTUR

avedition

Elisabeth Hartung (Hg.)

VISIONEN GESTALTEN

Elisabeth Hartung (Hg.)

VISIO NEN GE STAL TEN

NEUE INTERDISZIPLINÄRE
DENKWEISEN UND
PRAKTIKEN IN DESIGN, KUNST
UND ARCHITEKTUR

avedition

8 VISIONEN GESTALTEN, BRÜCKEN BAUEN, RÄUME ENTWERFEN, FORM GEBEN
 Einladung zum Dialog über die Gestaltung der Zukunft
Elisabeth Hartung

INTERVIEW

PRAXIS

14 DER BLEISTIFT
 von der Einfachheit

16 WAHRSCHEINLICH IST DIE MINIMIERUNG
 EIN GUTER ANSATZ FÜR DIE ZUKUNFT
Fritz Frenkler – Designer

22 FAIRPHONE
 erster Schritt zum fairen Smartphone

24 DESIGN FÜR RESSOURCENKREISLÄUFE,
 DESIGN GEGEN VERSCHWENDUNG
Ursula Tischner – Designerin

30 LANDPACK
 Stroh statt Styropor

32 ENDLICH KOMMT DAS DESIGN AUS DER
 REIN SUBJEKTIVEN WAHRNEHMUNG HERAUS
Christoph Böninger – Designer, Unternehmer

36 CUCULA
 sozial und stylisch

38 KÖNNTEN WIR ÜBER MENSCHEN ODER GESELLSCHAFT
 REDEN, ANSTATT ÜBER DESIGNER_INNEN?
Jerszy Seymour – Designer

42 WOOLLAA
 lokal und digital

44 LERNEN, MIT DEM DILEMMA ZU LEBEN
 UND DAS BESTE DARAUS ZU MACHEN
Florian Pfeffer – Designer

48 EDIBLE GROWTH
 gesundes Essen aus dem 3D-Drucker

50 ESSEN IST DAS WICHTIGSTE
 MATERIAL AUF DER WELT
Marije Vogelzang – Eating Designerin

56 THE MACHINE TO BE ANOTHER
 im Körper des Gegenübers stecken

58 DIE RELEVANZ DES KÖRPERS
 WIEDER IN DEN FOKUS RÜCKEN
BeAnotherLab – interdisziplinäres Kollektiv

64 SPUR
 Kleidung an der Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine

INTERVIEW

PRAXIS

66 ENTFALTUNG
 GESTALTEN
Partei der Opulenz – Kollektiv von Design-Studentinnen

70 CITY eTAXI
 kein Lärm und keine Abgase

72 ICH BIN SICHER, DASS IN 20 JAHREN AUCH UNSERE AUTOS FLIEGEN
 KÖNNEN. WIR MÜSSEN LERNEN, DAS UNMÖGLICHE ZU DENKEN
Peter Naumann – Designer

76 DIGESTIVE CAR
 Verdauungsgase als Treibstoff

78 DAS MUSEUM MUSS DIE HERAUSFORDERUNGEN
 DER ZEIT ERKENNEN
Angelika Nollert – Leiterin Designmuseum

82 FUTURO
 mobiles Wohnen

84 DAS SCHMALE HAUS
 reale Vision am Stadtrand

86 SCHÖNE STÄDTE SCHAFFEN,
 DIE TROTZDEM FUNKTIONIEREN
Gerhard Matzig – Architekturkritiker

88 FOLLY FOR A FLYOVER
 kreativer Freiraum unter der Autobahnbrücke

90 KONZERTHAUS BLAIBACH
 Innovation in der Provinz

92 ARCHITEKTUR HAT DIE FÄHIGKEIT,
 REALITÄT ZU TRANSFORMIEREN
Enrique Sobejano – Architekt

98 SALK INSTITUTE
 Räume für Kontemplation und Forschung

100 WIE NUR WENIGE DISZIPLINEN VERMAG ARCHITEKTUR ZWISCHEN
 ÖKONOMIE, ÖKOLOGIE UND SOZIALER BALANCE ZU VERMITTELN
Lars Krückeberg – Architekt

106 SOLARKIOSK
 vernetzter Treffpunkt

108 ICH VERSTEHE ‚ENTWERFEN‘ ALS
 DAS GEGENTEIL VON ‚UNTERWERFEN‘
Friedrich von Borries – Architekt, Designtheoretiker

116 RECONSTRUCTING FUTURE
 Miteinander statt Repräsentation

118 ORTE SIND UNVERZICHTBAR, DIE NICHT PRIMÄR UNTER
 DEM PRIMAT DER GEWINNOPTIMIERUNG STEHEN
Philipp Oswald – Architekturtheoretiker

	INTERVIEW	PRAXIS
124		PLACE LÉON AUCOC Erhalt als Geste der Gestaltung
126		GRAMSCI MONUMENT die Begegnung mit dem Anderen
130		KUNST GREIFT IN DIE GESELLSCHAFT EIN, WEIL SIE EINE FORM IST – EINE FORM AN SICH, EINE NEUE FORM Thomas Hirschhorn – Künstler
138		TBA21 Aufbruch in neue Welten
140		MIT KUNST DIE MEERE RETTEN Francesca Habsburg – Sammlerin, Umweltaktivistin
148		SOWETO PROJECT gemeinsame Gestaltung
150		ÖFFENTLICHER RAUM IST SCHLIESSLICH EINE SOZIALE VEREINBARUNG Marjetica Potrč – Künstlerin
156		FRESH AND FADING MEMORIES künstlerische Transformation des Abfalls
158		WIR SITZEN MIT UNSEREM ABFALL AUF UNENDLICHEN RESSOURCEN Amelie Klein – Kuratorin
164		MZ* BALTAZAR'S LABORATORY feministischer Hackerinnen*space
166		WISSENSCHAFTLER_INNEN UND KÜNSTLER_INNEN MÜSSEN SICH TECHNOLOGISCHE DENKWEISEN ANEIGNEN Stefanie Wuschitz – Forscherin, Künstlerin
172		LITTLE SUN Solarlampe und Sozialprojekt
174		POESIE KANN DIE ART UND WEISE SEIN, WIE JEMAND GEMÜSE AUF DEM MARKT VERKAUFT ŠKART – Künstlerkollektiv
178		EU BARCODE Vielfalt Europas
180		EUROPA BRAUCHT EINE NEUE KRAFTVOLLE ERZÄHLUNG Ulrike Guérot – Politikwissenschaftlerin
188		HOW TO TRAIN COMPASSION? Empathie und Mitgefühl als Grundlage

	INTERVIEW	PRAXIS
190		VERLIEBE DICH NICHT IN DIE LÖSUNG, VERLIEBE DICH IN DAS PROBLEM Lorenzo Fernandez – Designer, Unternehmensberater
198		SICHTBAR MACHEN, ZUR SPRACHE KOMMEN Frontalunterricht ade!
200		MENSCHEN BRAUCHEN ZEITEN, IN DENEN SIE SICH DER ARBEIT VERWEIGERN KÖNNEN Jutta Allmendinger – Soziologin
204		ØRESTAD GYMNASIUM offen und selbstbestimmt
206		UNTERNEHMEN MÜSSEN GERADE HEUTE FASSBAR, FÜHLBAR, SPÜRBAR SEIN Sabine Bendiek – Vorstandsvorsitzende
212		THE END OF SITTING neue Arbeitslandschaften
214		ARBEITEN UND LEBEN SIND KEINE GETRENNTEN BEREICHE MEHR Kerstin Bund – Journalistin
220		100-EURO-WOHNUNG glücklich wohnen auf sechs Quadratmetern
222		DER ANTEIL VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN IST EIN INDIKATOR FÜR DAS ZULASSEN VON PERSPEKTIVENVIELFALT Martina Schraudner – Naturwissenschaftlerin, Institutsleiterin
226		ROLY POLY neue Möglichkeiten sinnlicher Interaktion
228		DIE NEUEN GEMEINSCHAFTSFORMEN SIND DIE KEIMZELLEN EINES NEUEN WOHLSTANDSVERSTÄNDNISSES Simonetta Carbonaro – Konsumpsychologin
236		WAGNISART Mitgestaltung und Gemeinschaft
238		WIR MÜSSEN EHER AN EINEN WALD, ALS AN EINEN EINZELNEN BAUM DENKEN John Thackara – Philosoph
244		COFFEE MORPHOSES Kaffeesatz als Werkstoff
246		DIE GESTALTER_INNEN
254		ABBILDUNGSVERZEICHNIS
256		IMPRESSUM

VISIONEN GESTALTEN, BRÜCKEN BAUEN, RÄUME ENTWERFEN, FORM GEBEN

Einladung zum Dialog über die Gestaltung der Zukunft
Elisabeth Hartung

→

Dieses Buch eröffnet einen interdisziplinären Diskursraum. Es ist ein offener Raum, der Haltungen, Praktiken und Visionen von Gestalter_innen aus Design, Kunst, Architektur, Wissenschaft und Wirtschaft zusammenführt. Vereint ist eine internationale Runde von Expert_innen unterschiedlichster Professionen, unterschiedlicher Generationen und Kontexte, die auf unsere Fragen zur Gestaltung der Zukunft geantwortet hat. Ausgewählt aufgrund ihrer individuellen visionären Haltungen und der relevanten Themen, an denen sie arbeiten und für die sie stehen. Dramaturgisch in Beziehung gebracht vom Design über Architektur und Kunst hin zu einer Öffnung zu Wissenschaft und Wirtschaft, in denen die Kompetenzen von Gestalter_innen zunehmend größere Rollen spielen.

Die Idee zu diesem Buch steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Arbeit der PLATFORM. Das Pilotprojekt der Stadt München ist eine Plattform im wahren Sinne des Wortes für Dialog und Experiment, an der wesentlich junge Kulturmanager_innen und Gestalter_innen verschiedener Disziplinen mitarbeiten. Es ist eine Art Zukunftswerkstatt, in der im Hinblick auf neue kulturelle Arbeitsfelder geforscht und experimentiert wird. Es werden Brücken gebaut und Verbindungen zwischen den Disziplinen, der Öffentlichkeit und den Menschen hergestellt. In konkreten modellhaften Projekten – Installationen, Tagungen, Präsentationen, Publikationen – werden gemeinsam mit Partner_innen gesellschaftsrelevante Themen anschaulich und erlebbar, in der Überzeugung, dass Gestalter_innen aus Kunst und Design entscheidende Impulse geben und wichtige Rollen in Entwicklungsprozessen spielen, frischen Wind erzeugen und überraschende Ausblicke eröffnen.

Die dialogische Form des Interviews ist vor diesem Hintergrund programmatisch. Mit Fragen kommen wir ins Gespräch, hören zu und lassen andere zu Wort kommen. Sobald sich Menschen miteinander unterhalten, werden Ideen konkreter und nachvollziehbarer als in theoretischen Abhandlungen – aber keinesfalls weniger gehaltvoll. Ergänzt werden die Interviews durch konkrete Beispiele aus der Praxis, die mit Bildern und Kurztexten anschaulich beleuchten, was in puncto Zukunftsvisionen schon alles da ist. Das Buch will eine Einladung sein, die Impulse aufzunehmen, in anderen Kontexten weiterzuführen und konkret zu handeln, vor allem aber Gestaltung der Zukunft als etwas zu begreifen, das bei aller Komplexität und Ernsthaftigkeit lebendig und lustvoll sein kann.

Der Tenor des Buches ist praxisorientiert. Schon der Titel VISIONEN GESTALTEN weist in seiner doppelten Lesbarkeit darauf hin, dass es zunächst darum geht, Visionen über die Zukunft zu entwerfen und sich dabei von Fragen leiten zu lassen wie: Was wollen wir überhaupt erreichen? Wie wollen wir leben und arbeiten? Was treibt uns an? Sind für diesen Leitfaden Bilder und Vorstellungen entworfen, die es wert sind, verwirklicht zu werden, entfalten die Visionen selbst ihr gestalterisches Potential: Sie sind Ziel und Motor für konkrete Handlungen und die Umsetzung in die Realität. Visionen gestalten die Wirklichkeit, transformieren sie, wenn man sie nicht nur als abgehobene theoretische Spinnereien begreift, sondern als Inspiration wahrnimmt, als notwendige Voraussetzung für Verbesserungen, für Entwicklung und Umsetzung von konkreten Maßnahmen. Welche Richtungswechsel müssen vorgenommen werden? Wer soll sie formulieren und gestalten?

In den letzten Jahren ist auf allen Ebenen geforscht und gedacht worden. Der Wandel durch Digitalisierung und Globalisierung kündigt sich schon lange an, analysiert und benannt sind die Probleme unserer Zeit von Vordenker_innen, kritischen Köpfen und ökonomischen Strateg_innen. Neue Modelle und Lösungsansätze wurden und werden ermittelt, erdacht und skizziert. Zahlreiche grundlegende Schriften, theoretische Ansätze und Tagungsbände mit kritischer Innenschau künden davon, dass sich die wissenschaftlichen, ökonomischen und die kreativen Disziplinen grundlegend neu ausrichten müssen und bewährte Methoden für die ‚neue Welt‘ nicht mehr ausreichen. VISIONEN GESTALTEN setzt daher auf das Zusammenspiel unterschiedlicher Player und darauf, über theoretische

Diskurse und Fachgrenzen hinaus einer breiteren Öffentlichkeit möglichst konkret und anschaulich zu machen, was wir tun müssen und können.

Die fundamentalen Veränderungsprozesse sind mittlerweile auch für jede_n Einzelne_n immer deutlicher wahrnehmbar und greifbar. Etwas Neues kündigt sich an, das vieles von dem, was unsere Kultur, unser Leben und unser Arbeiten ausmacht, ins Wanken bringt. Die Vorboten der digitalen und globalen Zukunft sind angekommen, und zwar mit einer Kraft und Geschwindigkeit, die in ihrer Präsenz in der Praxis überraschen und mitunter beängstigen können.

Das Neue weckt immer entweder Ängste oder Euphorie. Es sind Gefühle, die unmittelbar, auch körperlich spürbar sind. Theorien und abstrakte Utopien schaffen Lichtblicke, aber für den Transfer ins wirkliche Leben bieten sie meist zu wenig Ankerplätze und Werkzeuge. Entsprechend guten Nährboden haben denn auch einfache Botschaften und Modelle, die enge Grenzen setzen, Mauern bauen und Parolen aus vergangenen Jahrhunderten anpreisen für das Gefühl von Sicherheit. Diese Botschaften erobern mit ihren Propheten gerade die Bühnen der Welt.

Das fordert zum Handeln heraus – und zur Konzentration auf den Menschen, seine Lebenspraxis und seine kreativen Fähigkeiten. Dirk von Gehlen hat den simplen Antworten, die gerade Konjunktur haben, eine deutliche Absage erteilt: „Notwendig wäre eine Haltung zum Morgen, die zwischen Pessimismus und Optimismus beheimatet ist und Zukunft zunächst einmal als gestaltbar erkennt.“¹

Gestaltung im engeren Sinne wird landläufig immer noch als gleichbedeutend mit Design, Kunst und Architektur als Mutter der Künste betrachtet. Unter dem Primat der materiellen Formgebung und Ausgestaltung von konkreten Räumen macht das Sinn. Bei der Gestaltung der Zukunft freilich geht es um weit umfassendere Aufgaben. Dafür hat sich das Design in den letzten Jahren komplett neu aufgestellt und sein Aufgabenspektrum beispiellos neu definiert.

„Im Entwurf nimmt der Mensch seine eigene Entwicklung in die Hand“², schrieb einst Otl Aicher und konstatierte, dass, betrachtet man die Welt als Entwurf, nicht nur neue Wirklichkeiten, sondern auch neue Einsichten eröffnet werden. Otl Aicher war Praktiker und handfester Designer, aber mit seiner Arbeit für die

Olympischen Spiele 1972 konnte der visionäre Geist, mit dem Demokratie inszeniert und erfahrbar werden sollte, ganz entscheidend in die Tat umgesetzt werden. Damals wurden neue Standards gesetzt, die schließlich die ganze Disziplin veränderten: Kommunikation statt Repräsentation, Designer_innen als Gestalter_innen von Prozessen.

Der Ansatz des Design Thinking schließlich verlegt den Fokus von materiellen Aspekten hinsichtlich Form und Funktion noch deutlicher auf den Menschen, auf Methoden für die Lösung strategischer Fragen in Wirtschaft und Gesellschaft und die partizipatorische Entwicklung von Zukunftsszenarien, die Innovationen erfahrbar machen. Die Anwendungsorientierung des Designs hat sich um zentrale Aufgaben in der Beratung, Prozessbegleitung und Moderation erweitert.

Diese Entwicklungen waren Ausgangspunkt für eine Tagung der PLATFORM in München im Juni 2016.³ In den Beiträgen wurde die Suche nach einer Neuorientierung deutlich. Augenscheinlich geworden ist jedoch auch, dass die Ränder zwischen den Disziplinen durchlässiger geworden sind und sich alte Paradigmen verschoben haben. Betrachtet man die kritische Selbstanalyse auch anderer Disziplinen, ihre deutliche Ausrichtung auf den Menschen und die Gesellschaft, aber ebenso die zunehmende Bereitschaft zum Dialog, so war es nahezu zwingend, beim Thema VISIONEN GESTALTEN nicht nur neue Denkweisen und Methoden des Designs zu erfragen, sondern auch solche aus Kunst und Architektur sowie Wissenschaft und Wirtschaft.

Ein mögliches ‚Team Zukunftsgestaltung‘ könnte sich im Tenor der hier im Buch versammelten Antworten hinsichtlich zentraler Rollen und Aufgabenfelder der einzelnen Disziplinen etwa so zusammensetzen: Designer_innen fungieren als Moderator_innen und Prozessgestalter_innen und haben als Strategieberater_innen der Wirtschaft zunehmenden Einfluss auf die Arbeitsbedingungen in Unternehmen. Architekt_innen schaffen Frei- und Lebensräume und bauen zusammen mit unterschiedlichen Partner_innen initiativ soziale Begegnungsräume, die Identität schaffen. Wissenschaftler_innen forschen nicht mehr nur im Dienste von Fortschritt und Technik, sondern immer mehr in Zusammenarbeit mit Gestalter_innen hinsichtlich neuer Perspektiven und sinnlich erfahrbarer Inszenierungen. Das Management von Unternehmen und die Führung von Organisationen

1 → Dirk von Gehlen, *Vier Updates für Deutschland*, Süddeutsche Zeitung, München, 15. Januar 2017

2 → Otl Aicher, *Die Welt als Entwurf*, Berlin 2015, S. 195

3 → VISIONEN GESTALTEN, die von Elisabeth Hartung mit Lena von Geyso und Radmila Krstajic konzipierte und realisierte Tagung der PLATFORM über neue Praktiken, Methoden und Denkweisen im Design, München, 16. Juni 2016. Mit Beiträgen von Stefanie Baumüller, Christoph Böniger, Anja Gerin, Partei der Opulenz, Daniela Peukert, Florian Pfeffer, Ursula Tischner und Frank Wagner unter Moderation von Karianne Fogelberg

tragen dazu bei, dass Arbeit nicht allein ökonomischen Zielen dient, sondern dass Arbeitszeit auch Lebenszeit ist, währenddessen sich Menschen als Mitgestalter_innen erfahren und als solche wertgeschätzt werden. Künstler_innen sorgen für Widerstand und gleichzeitig für Dialog und Partizipation, sind zunehmend gefragt, da sie frei, unabhängig und ohne politisches Interesse handeln und auf sinnliche Weise neue Erkenntnisse über die Welt vermitteln – und dem Ganzen eine Form geben, die es ermöglicht, autonom und frei nach vorn zu denken.

Die Rückbesinnung auf den Menschen ist, so einfach es klingt, die Basis für das Zusammenspiel aller gestaltenden Disziplinen im engeren wie im erweiterten Sinn. Besonders die rasanten technologischen Entwicklungen lenken den Blick auf alles, was sich nicht verändert hat: Die einfachen und grundlegenden Handlungen des Lebens, Existentielles wie Sinnlichkeit, Gefühle, Kommunikation. Gerade in Zeiten, in denen die Welt derart in radikalen Umbrüchen begriffen ist und keine technische Neuerung mehr als unvorstellbar gilt, bleibt die Frage offen, was dies in den Menschen selbst verändert und welche Konsequenzen es für das Leben als Ganzes hat. Welches Rüstzeug werden wir für Gegenwart und Zukunft brauchen, welche Räume und Orte zur Entfaltung werden noch bereitstehen, wie die Prozesse des alltäglichen Lebens ablaufen? Wie wollen wir überhaupt leben, wohnen und arbeiten, was ist uns noch etwas wert?

Durch die Antworten zieht sich ein auffallend homogener Grundtenor, in dem Ideen von Gemeinschaft, Mitgestaltung, Teilhabe zentral sind. Benannt sind die Voraussetzungen dafür mit Respekt, Gerechtigkeit und Toleranz und der Charakter dieser Gemeinschaften mit Heterogenität, Interaktion, Vielfalt. Begriffe wie Entwicklung, Einfachheit, Freiheit und Offenheit sind als wesentliche Werte tonangebend, Bildung Voraussetzung. Es wird deutlich, dass Wertschätzung und Verantwortungsbewusstsein hinsichtlich eines ‚guten Lebens‘ für alle immer wichtiger werden. Räume, in denen sich das Miteinander entfalten kann,

öffentliche und urbane Räume und Freiräume für Entfaltung und Entwicklung im realen wie im übertragenen Sinn bilden die notwendige Grundvoraussetzung dafür. Begriffe wie Nachhaltigkeit und Ökologie werden mit konkreten und realen Projekten dargelegt und sind keine leeren Parolen. Bilder, Inszenierungen und Erzählungen bieten Identifikation und formulieren anschaulich Ziele. Deutlich werden Abkehr von Profitmaximierung und Gier, aber auch Kritik an Bürokratie und Überregulierung. Einigkeit besteht darin, dass die Gestaltung der Zukunft politische Dimension, Entwerfen politische Relevanz hat – und es der Notwendigkeit und Bereitschaft zu politischem Handeln bedarf.

Welche Erkenntnisse und Potentiale hier für die Politik liegen! Die auf unsere Einladung hin zusammengekommenen Visionär_innen sind augenscheinlich bereit, die Gestaltung der Zukunft gemeinsam mit anderen anzugehen. Öffentlichkeitsrelevanter könnte kaum ein Auftrag sein, als unabhängige Strukturen und Räume zu schaffen, in denen Problemstellungen neu definiert und konkrete Module und Bausteine für die Zukunft entwickelt und umgesetzt werden. Eine Vision dieses Buches ist es daher, dass Kommunen und Politik motiviert werden, Mittel verfügbar zu machen, Aufträge zu vergeben und unabhängige Foren zu etablieren, und die Wirtschaft als Partner zu gewinnen, der seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt und Unternehmergeist einbringt.

Gestaltung der Zukunft heißt Transformation von Strukturen, Prozessen und Situationen der Lebenswelt im Verbund mit den Menschen. Dies vollzieht sich in einem komplexen Koordinatensystem und ist immer mehrdimensional. Es geht um eine Haltung und eine Praxis, die Offenheit und Neugier voraussetzen, die kritisch und skeptisch sind, aber auch den Mut haben, zu verändern und zu bewahren, aus freiem Geist zu formen, im steten Dialog mit den Anderen und dem Anderen. In diesem Sinne wird Gestaltung als Form politischen Handelns relevant, und dafür braucht es neue Räume, die ein vielschichtiges Denken zulassen. Fangen wir mit dem Entwurf und dem Einfachen an, der Bleistift ist gespitzt ...

DER BLEISTIFT

Manchmal kann visionär auch sein, was schon existiert und ganz einfach ist: Für diese häufig unscheinbaren Alltagsprodukte sei der Bleistift beispielhaft erwähnt. Bei den ersten Weltraum-Missionen der 1960er-Jahre war er mit an Bord und auch heute bleibt er eine ebenso simple wie visionäre Erfindung. Selbst unter Wasser ist der Stift im Einsatz: Taucher_innen nutzen ihn auf aufgerauten Kunststoffplatten. Knapp 5.000 Jahre ist das Schreibwerkzeug bereits alt: ‚Erfinden‘ haben es die Ägypter, als sie Schilf-, Bambus- oder Papyrusrohre mit flüssigem Blei füllten. Seine Vorteile liegen nicht nur im Weltall und im Wasser auf der Hand: Er ist leicht herzustellen, besteht aus natürlichen Materialien, ist einfach zu handhaben, kann bei Bedarf von beiden Enden benutzt werden, verfügt über hohe Lichtechtheit, Wischfestigkeit und kann mit einem Radiergummi problemlos wieder entfernt werden. Zudem ist er günstig und – weitgehend – ökologisch unbedenklich: Anders als sein Name sagt, besteht er mittlerweile aus Grafit.



„WAHRSCHEIN-
LICH IST DIE
MINIMIERUNG,
DIE VERRINGE-
RUNG, EIN GUTER
ANSATZ FÜR
DIE ZUKUNFT.“



Reduktion zeichnet die Arbeit des Produktdesigners FRITZ FRENKLER aus. Angesichts der Herausforderungen der Gegenwart und im Hinblick auf die Gestaltung der Zukunft sieht er Aufgaben für das Design nicht nur in der formalen Gestaltung von Produkten, sondern auch im ethisch und ökologisch bewussten Handeln. Design muss seiner Auffassung nach eine Wissenschaft werden und bei der Gestaltung der Zukunft im Zusammenspiel verschiedener Disziplinen eine moderierende Rolle einnehmen. Wesentlich wird es sein, die Fragestellungen im Hinblick auf das gesellschaftliche Miteinander neu zu beleben.



Was kann Gestaltung, was Kunst nicht kann und umgekehrt?

Beide haben völlig verschiedene Aufgaben. Beide sind notwendig, gesellschaftlich und wirtschaftlich. Das Entscheidende aber ist, dass Design keine Kunst ist und die Kunst kein Design sein darf. Designer_innen müssen übersetzen, wie sich ein Unternehmen artikulieren möchte, es geht nicht darum, dass sie sich artikulieren wie Künstler_innen. Das unterscheidet das Design von der Kunst, die immer persönlich ist. Design hat deshalb eigentlich nichts an der Kunsthochschule zu suchen, auch wenn es dort häufig angesiedelt ist.

Die Basis einer guten und nachhaltigen Gestaltung ist und bleibt fundiertes Wissen – in vielen Bereichen. Und um dieses Wissen, diese Kenntnisse ständig weiterzuentwickeln, muss empirisch geforscht werden. Darüber hinaus sind für die gelungene Umsetzung von Gestaltungsaufgaben immer Einfallsreichtum und Kreativität unabdingbar.

Was ist besonders relevant an der Arbeit von Designer_innen, inwiefern ist der Ansatz des Design Thinkings relevant für zukünftige Entwicklungen?

Design Thinking heißt im Prinzip, mit Design zu forschen, und bezeichnet den wissenschaftlichen Untersuchungsansatz, der vor einer Produktentwicklung steht. Hierzu entwerfen wir Modelle und überprüfen, ob sie dem entsprechen, was wir erreichen wollen. Wir können sie wieder verwerfen oder optimieren. Das ist ein Rückkopplungsprozess, bei dem Produkte oder Dienstleistungen entstehen, die ihre Berechtigung haben und mit großer Wahrscheinlichkeit auf dem Markt erfolgreich sein werden.

Welche ethische Verantwortung haben Produktdesigner_innen?

In der Regel wenden sich Unternehmen mit konkreten Aufträgen an Designer_innen, beispielsweise für die Gestaltung eines Toasters, etwa weil es der Wettbewerb erfordert, auch ein Modell, das drei Brötchen fassen kann, anzubieten. Normalerweise wird also ein weiterer Toaster entworfen. Der neue Weg wäre zu fragen, ob überhaupt jedes Unternehmen jedes Produkt anbieten muss? Wäre es nicht besser, gemeinsam nachzudenken, was es zu verändern gäbe? Das ist im Endeffekt die Leistung von Designer_innen: zu beobachten, zu analysieren, zu optimieren, zu schauen, ob das Produkt ökologisch einigermaßen verträglich ist. Könnte der Strom anders erzeugt werden? Oder die entstandene Wärme

nachgenutzt werden? Auf Basis dieser Analysen ist man in der Lage, ein neues Produkt zu entwickeln. Alles andere wäre Styling. Designer_innen sind ja nicht nur Gestalter_innen, sondern wir sind auch Berater_innen der Unternehmen. Ingenieur_innen kümmern sich um die Technik und finden dort vielleicht neue Lösungen. Aber Designer_innen haben die Aufgabe, im Kontext von Entwicklung die Menschen zu vertreten.

Wie muss sich die Designausbildung ändern, um den neuen Herausforderungen gerecht zu werden?

Wir brauchen viele Wissenschaften, um vernünftiges Design zu machen: Soziologie, Philosophie, Psychologie, Medizin. Designer_innen müssen Prozesse moderieren und wissen, was hinter den einzelnen Disziplinen steht und wie sie diese in den Entwicklungsprozess integrieren können. Das ist die große Herausforderung: Design muss Wissenschaft werden.

Ich möchte meine Studenten außerdem dazu bringen, Produkte zu verhindern. Fast 75 Prozent aller Neuentwicklungen kommen nicht auf den Markt oder haben keinen Erfolg. Stellen Sie sich die Energie und das Geld vor, die da reinfließen! Designer_innen sollten Unternehmen fundiert beraten können, wenn eine geplante Investition wenig Aussicht auf Erfolg hat und diese Kosten besser eingespart werden. Für diese Beratung sollten sie auch honoriert werden. Das ist mein Ausbildungsziel.

Wie können Ökologie und Ethik neue Trends setzen, sowohl in der Gestaltung als auch in der Wirtschaft?

Wir haben immer auf eine Art Selbsterkenntnis der Menschen gehofft: Dass sie selbst erkennen, dass bestimmte Dinge ethisch und ökologisch nicht vertretbar sind. Leider müssen wir aber feststellen, dass solche Lerneffekte nicht von langem Bestand sind. Also sollten wir Gesetzesgrundlagen schaffen, die ein Unternehmen dazu zwingen, verantwortungsbewusster zu handeln. Es gibt noch genug zu tun, darauf müssen wir als Gestalter_innen immer hinweisen. Und wir müssen einigermaßen sattelfest sein, was geht und was nicht.

Können Gestaltung oder Design die Politik beeinflussen?

Ja, natürlich kann Gestaltung die Politik beeinflussen. Designer_innen können präsentieren, reden, darstellen. Wie kann man besser mit der Politik umgehen, als wenn man etwas visualisieren kann, damit es verständlicher wird. Politik allein kann das nicht.

Hat Design das Potenzial, die Gesellschaft zu verändern?

Wenn man stark genug auftritt, hat man die Möglichkeit dazu. Wir Designer_innen müssen uns zusammenschließen. Es gibt den Architektenbund, aber keinen Designerbund, keine Honorarordnung. Wir müssen eine politische Stimme formulieren, dann können wir neue Themen vorantreiben.

Entwickelt sich aus dem demografischen Wandel eine neue Chance für die Gesellschaft?

Ja, das ist eine neue Chance, denn die Menschen wollen keine stigmatisierten Produkte. Wenn man den demografischen Wandel, die älter werdende Gesellschaft richtig versteht, braucht man nur noch ein Produkt für alle Generationen. Wenn beispielsweise jemand mit einem Rollator Zugang hat, kommt auch ein Kinderwagen bequem durch. Es sollten neue Produkte entwickelt werden, die von allen genutzt werden können.

Welche Partner braucht das Design, damit es weiter in die Öffentlichkeit getragen und auch relevant wird?

Wir brauchen als ersten Partner die Nutzer_innen, und zwar bereits in der Entwicklung, nicht erst beim Abstimmen, ob etwas schön ist oder nicht. Designer_innen müssen den Einzelnen, die Einzelne mit den jeweiligen Bedürfnissen beobachten und verstehen. Daraus resultieren völlig neue Nutzungsszenarien und -profile.

Wie wird das Neue vermittelt?

Wir müssen zu jedem Produkt eine Story liefern, die die Leute weiter kommunizieren. Das ist die große Herausforderung, zu erzählen, wie sind wir darauf gekommen, warum sehen die Dinge aus, wie sie aussehen? Wir liefern meistens gar nichts mit, sondern bringen ein Produkt einfach auf den Markt. Diese Nutzungsszenarien sollten stärker lesbar sein.

Welcher Alltagsgegenstand ist signifikant für unsere Zeit und könnte überholt werden?

Ein Beispiel wäre der Kühlschrank: Er ist in jedem Haushalt zu finden. Dieses Produkt ist in seiner Historie und Struktur nie infrage gestellt worden. Das ist ein Phänomen für mich. Es gibt 550-Liter-Kühlschränke, obwohl man fast überall 24 Stunden einkaufen kann. Tatsächlich verbraucht das Aufbewahren von Lebensmitteln viel Energie. Man könnte den Kühlschrank viel kleiner machen, auch gesellschaftlich, damit die Leute in Bewegung bleiben. Wenn der Kühlschrank leer ist, gehen sie los, treffen jemanden und sehen etwas Neues. Ich glaube, gesellschaftliche Veränderung hängt auch mit den Produkten zusammen. Und auch wenn es technisch schon möglich ist: Wir müssen verhindern, dass der

Kühlschrank selber bestellt. Kühlschränke müssen flacher und vielleicht breiter werden, aber nicht tiefer und höher. Warum wird nicht ein Kühlschrank gestaltet, der an der Wand hängt?

Gibt es ein Tool oder eine konkrete Neuentwicklung, die für Sie beispielhaft ist?

Ich sehe immer wieder Dinge, bei denen ich mich frage, warum sie nicht schon früher entwickelt wurden. Meistens sind es kleine alltägliche Dinge, die durch besondere Fertigungsverfahren überzeugen. Zum Beispiel eine Schere, die einfach aus einem gebogenen Draht besteht und nicht geschmiedet und geschliffen wurde. Manchmal ist die Lösung verblüffend einfach, obwohl die Aufgabe kompliziert erscheint. Ein Beispiel für Vereinfachung ist, als in Russland entdeckt wurde, dass als Schreibgerät in der Raumfahrt auch ein einfacher Bleistift (vgl. S. 14) funktioniert. In den USA waren dagegen hohe Entwicklungskosten für einen Kugelschreiber angefallen, der auch ohne Gravitationskraft schreibt.

Wie sähe ein neues Forum aus, an dem Design für eine breitere Öffentlichkeit erlebbar würde?

Ideal wäre ein großes Labor. Ein Ort, wo die ganze Relevanz von Gestaltung für die Wirtschaft und für unsere Gesellschaft dargestellt und umgesetzt würde. Ein Experimentierfeld, das sich immer wieder verändert, das man gern besucht, weil es immer etwas Interessantes zu entdecken gibt. Ein Experiment auf hohem Niveau, wo Designer_innen zeigen, woraus etwas entstehen kann, die neue Definition eines Produktes oder eine alte Definition, neu aufgelegt. Wir müssen auch mehr in die Historie gehen, um die Zukunft zu gestalten. Und solche Dinge müssen wir vorantreiben, aufklären.

Wo setzt die Gestaltung der Zukunft an?

Oft sitze ich einfach nur da und lerne aus ganz kleinen Beobachtungen – und habe plötzlich eine Idee für ein ganz anderes Thema. Wir, die Gestalter_innen müssen wieder sehen lernen. Das ist Voraussetzung für die Gestaltung und eine

große Herausforderung. Und wir müssen wieder denken lernen. Wir denken viel zu selten nach, sondern handeln meistens nur.

Braucht es mehr Vermittler, die zwischen Design und Wirtschaft unterwegs sind?

Ja, das versuchen wir am Lehrstuhl zu etablieren. Wir beraten Start-up-Companies der *TU München*, entwickeln Produkte und Kommunikationsstrategien. Die in die Start-up-Unternehmen gesetzte Hoffnung, Milliarden zu verdienen, ist nur eine Seite des Traums. Tatsächlich entstehen meistens realistische, ehrliche Firmen, die Untersuchungsgeräte für Hautärzte, 3-D-Scanner oder Elektrofahrräder herstellen. Bei ihnen entstehen auch Arbeitsplätze für junge Designer_innen, und diese bleiben meistens bei diesen Firmen.

Was müsste sich in der Gegenwart ändern?

Grob geschätzt funktionieren 70 Prozent der Dinge, die entwickelt werden, nicht – gesellschaftlich und ökologisch. Wir müssen eigentlich nichts Neues machen, sondern erst mal korrigieren. Einfach nur durch die Welt gehen und die Notwendigkeiten erkennen. Wir brauchen keine innovative Technologie. Die Themen liegen auf der Straße. Immer und überall funktioniert etwas nicht.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Wir müssen unsere Problemstellungen neu definieren, um zu neuen Lösungen zu kommen, ansonsten erzeugen wir mit jedem neuen Produkt neue Probleme. Wahrscheinlich ist die Minimierung, die Verringerung, ein guter Ansatz für die Zukunft. Wir brauchen beispielsweise nicht überall Verkehrsschilder. Viele Dinge regeln sich einfach, und dass ganz logische Dinge nicht einfach umgesetzt werden, lässt mich immer wieder verzweifeln.

Wir müssen miteinander das Leben lebenswert machen und erhalten. Einige werden lernen müssen, dass sie ihr Leben nicht auf dem Rücken anderer genießen können, nicht in dieser Gemeinschaft. Dafür wären neue Regeln angebracht.

FAIRPHONE

Smart und fair? Die für die Herstellung von Smartphones benötigten Metalle und Mineralien werden häufig unter Bedingungen gewonnen, die weder ethischen noch nachhaltigen Prinzipien gerecht werden. Was für viele Statussymbol und attraktives Design bedeutet, hat in seiner Wertschöpfungskette meist eine ziemlich negative Bilanz: Die Handyproduktion belastet nicht nur die Natur durch den Abbau von kostbaren Rohstoffen, sondern auch die Menschen, die unter fragwürdigen Bedingungen das Material befördern und verarbeiten. Aus einer Aufklärungskampagne entwickelte sich mit dem *Fairphone* ein soziales Unternehmen, das sich für mehr Nachhaltigkeit in der Tech-Industrie starkmacht, gegründet von dem Niederländer Bas van Abel und seinen Kolleg_innen Tessa Wernink und Miquel Ballester. Die Macher_innen entwerfen, bauen und produzieren nach vier Grundprinzipien: langlebiges Design, fair gehandelte Materialien, gute Arbeitsbedingungen sowie Wiederverwendbarkeit und Recycling. Obwohl das Produkt vielen Kritiker_innen noch nicht weit genug geht, ist es ein Schritt in die richtige Richtung: Das *Fairphone* setzt nicht nur im Hinblick auf Ethik neue Standards, sondern als erstes modulares Smartphone, bei dem einzelne Teile ausgetauscht werden können, auch in Bezug auf Nachhaltigkeit. Aufgrund seines weitsichtigen Ansatzes wurde das *Fairphone* 2015 von den Vereinten Nationen mit dem *Monumentum for Change* ausgezeichnet.



„DESIGN FÜR RESSOURCEN- KREISLÄUFE, DESIGN GEGEN VERSCHWEN- DUNG (...)“



URSULA TISCHNER entwickelt Ideen und Konzepte, die dem konsumorientierten Mainstream zuwiderlaufen. Gemeinsam mit Unternehmen, Institutionen und Student_innen entstehen neue Modelle, die auch die Verbraucher_innen aktiv mit in die Pflicht nehmen. Mit *innonatives* hat sie eine Plattform gegründet, auf der gemeinsam – und unabhängig von Politik und Wirtschaft – an neuartigen und nachhaltigen Designansätzen und Produkten gearbeitet wird.



Ohne Politik und Wirtschaft an neuen Produkten arbeiten – geht das?

Wir laden alle gesellschaftlichen Gruppen ein, an unseren offenen Innovationsprojekten teilzunehmen und solche zu starten. Selbstverständlich auch Politik und Wirtschaft, die bestimmte Instrumente implementieren und wichtige Rollen durch ihre Finanzkraft einnehmen können. Jedoch ist es unser Ziel, mit *innonatives* auch in solchen Bereichen aktiv zu werden, die für die Wirtschaft zunächst nicht interessant sind, weil es dort nicht genügend Profite gibt, oder an die sich die Politik nicht herantraut, weil die Politiker_innen ja wiedergewählt werden möchten. Deswegen macht sich *innonatives* zunächst unabhängig von den Institutionen und arbeitet mit der sogenannten Crowd, also der Allgemeinheit. Es ist eine partizipative Design- und Innovationsplattform, auf der Einzelpersonen, aber auch Institutionen wie NGOs und Wissenschaftler_innen – oder eben Unternehmen und politische Akteure – nachhaltigkeitsrelevante Projekte starten und sich an diesen beteiligen können.

Was kann Ihrer Meinung nach Design zu einer besseren Zukunft beitragen?

Sehr viel. Design findet an der Schnittstelle zwischen Produzieren und Konsumieren statt. Designer_innen arbeiten in der Regel für Unternehmen, aber gestalten für deren Kund_innen, Konsument_innen oder Nutzer_innen. Entscheidungen, die in der Produktentwicklungsphase getroffen werden, haben einen sehr großen Einfluss auf das, was später in der Realität passiert, in der Produktion und hinsichtlich der Nutzung. Wenn also informierte Gestalter_innen ökologisch und sozial sinnvolle Güter hervorbringen und die Bedingungen für einen nachhaltigen Gebrauch schon anlegen, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass das gestaltete Produkt in der Realität dann eben auch so wirkt.

Welche Verantwortung haben Gestalter_innen? Der Umwelt gegenüber, aber auch in Bezug auf gesellschaftliche Fragen?

Eine große Verantwortung. Wie eben beschrieben, könnten sie eine extrem wichtige Rolle spielen, nehmen diese aber heute noch viel zu wenig wahr. Das liegt leider auch daran, dass es in Deutschland noch viel zu wenige Schulen und Universitäten gibt, die den Designstudierenden die dafür nötigen Kompetenzen vermitteln.

Welche neuen Themen und Herausforderungen ergeben sich daraus für Designer_innen?

Es gibt so viele spannende Themen, an denen Designer_innen arbeiten können. Design für Ressourcenkreisläufe, Design mit und für erneuerbare Energiesysteme, Design gegen Verschwendung, abfallfreies Design, soziales Design und soziale Innovationen, partizipatives Design, das darauf abzielt, die Lebenssituation von ärmeren Menschen zu verbessern und so weiter. Letztendlich geht es darum, unsere Lebensstile vor allem in den industrialisierten Ländern radikal umzugestalten, die Wegwerf- und Konsumgesellschaft in eine Gesellschaft zu verwandeln, die wieder mehr Wert auf gutes Miteinander, schöne Erlebnisse, qualitativ hochwertige Zeit mit Freunden und Familie legt. Es geht um ein gutes Leben im Einklang mit sich selbst, mit anderen Menschen und mit der Natur. Auch wenn sich das jetzt ein bisschen esoterisch anhört, aber heute ist doch die überwiegende Mehrheit der Menschen gestresst, krank, mag ihren Job nicht, hat unglückliche Beziehungen und so weiter. Nicht umsonst haben Happiness-Magazine und -Bewegungen großen Zuspruch und verkaufen sich Titel wie *Simplify your life* extrem gut. Wenn Wirtschaft und Politik nicht mehr für die Menschen da sind, die nur noch funktionieren sollen, um das große System, das nur sehr wenigen Privilegierten wirklich nutzt, aufrechtzuerhalten, werden sie zu Recht unglücklich, ungehalten und irgendwann radikal. Das können wir aktuell gut beobachten.

Gibt es einen Bereich, in dem Sie Ihre Arbeit für besonders relevant halten, wo Sie glauben, besonders viel ausrichten zu können?

Nachdem ich nun über 20 Jahre sehr viel mit Unternehmen gearbeitet, Forschungsprojekte durchgeführt und gelehrt habe, komme ich zu der Erkenntnis, dass mein größter ‚Impact‘ wahrscheinlich in der Aus- und Weiterbildung liegt. Je mehr wir die kommenden Generationen dazu befähigen, radikal bessere Gestaltung erfolgreich zu praktizieren, umso größer ist unsere Chance, dass Eco und Sustainable Design endlich Mainstream werden. Bei meinen ehemaligen Studenten ist dieser Schneeballeffekt bereits wahrnehmbar.

Wenn man diese Verantwortung als Designer_in ernst nimmt, welchen Einfluss hat man dann tatsächlich? Wie viel Möglichkeit hat man, Wirkung zu erzielen und beispielsweise direkt auf Produktionsweisen zu wirken?

Das hängt von dem Kontext ab, in dem man arbeitet. Klassische Produkt- oder Kommunikationsdesigner_innen, die für große Unternehmen arbeiten, bekommen in der Regel viele Vorgaben und haben eher kleine Spielräume. Eine leichte Aufgabe ist das nicht. Man muss überzeugen können. Für Selbstständige, die eigene Projekte entwickeln, sind die Möglichkeiten jedoch riesig. Es gibt immer mehr sogenannte ‚Sociopreneurs‘, Selbstständige und Start-ups, die mit der festen Absicht ihr Unternehmenskonzept entwickeln, etwas zu tun, wovon sie leben können, aber das gleichzeitig gut für die Gesellschaft und die Umwelt ist.

Wie gelingt es Ihnen, Unternehmen von Ihren Anliegen zu überzeugen – und davon, auch das Geld zu investieren, das dazu notwendig ist?

Wir suchen immer nach den Win-win-win-Situationen: Am Ende müssen wir den Unternehmen Lösungen anbieten, die zu ihrem Profil passen, von den Mitarbeiter_innen mitgetragen werden und gleichzeitig für die Kund_innen interessant und nachhaltig sind. Manchmal ist das eine große Herausforderung, oft muss man pragmatisch sein und in kleinen Schritten in die richtige Richtung gehen.

Inwiefern hat sich die Bereitschaft von Unternehmen für eine Zusammenarbeit im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung in den letzten Jahren geändert? Ist das Bewusstsein für die Dringlichkeit gewachsen, und wenn ja, woran liegt das?

Wir haben oft mit den ‚Frontruntern‘ gearbeitet, also mit Unternehmen, die schon Ambitionen in Richtung Nachhaltigkeit haben. Das Bewusstsein hier nimmt stark zu. Das wird auch gefördert durch mehr und anspruchsvollere Umweltgesetzgebung, durch steigende Ressourcenpreise, durch wachsendes Konsument_innenbewusstsein, durch Bewegungen wie Corporate Social Responsibility und dadurch, dass Investoren danach fragen, oder durch Konkurrenz

aus dem Ausland. China zum Beispiel investiert gerade extrem viel in Umwelt- und Energietechnologie. Den deutschen Unternehmen kann man nur anraten, nicht wieder wichtige Entwicklungen zu verschlafen, etwa beim Thema Elektromobilität.

Wie lässt sich durch Design Einfluss nehmen auf das Konsumverhalten der Verbraucher_innen selbst?

Produkt- und auch Kommunikationsdesign haben immer einen Einfluss auf die Konsument_innen. Bei der Werbung ist es recht deutlich. Beim Produktdesign sprechen wir von ‚Produktsprache‘ oder ‚Produktsemantik‘, die verschiedene Funktionen haben: Sobald Konsument_innen ein Produkt anschauen, in die Hand nehmen und damit umgehen, beeinflusst die Art und Weise, wie es aussieht, sich anfühlt, welche Funktionen es hat die Art, wie sie damit umgehen. Das Nutzer_innenverhalten in Richtung Nachhaltigkeit zu beeinflussen geht ganz gut durch das sogenannte ‚Nudging‘ und andere Strategien. Wir versuchen, Nutzer_innen zum einen deutlich zu machen, welchen Zusammenhang ihr Verhalten mit ökologischen und sozialen Aspekten hat, zum anderen versuchen wir, sie ein bisschen herauszufordern oder anzuleiten, ihr gewohntes Verhalten zu verändern, Neues auszuprobieren. Dann gibt es natürlich auch die Möglichkeit, sehr unökologische Verhaltensweisen durch Produktgestaltung einfach nicht mehr zuzulassen, das ist dann eher autoritär und findet zum Beispiel bei automatisierten Prozessen, wie im ‚Smart Home‘ statt.

Viele Ihrer Ideen scheinen angesichts offensichtlicher Weltprobleme so konsequent und verhältnismäßig leicht umsetzbar. Warum ist es so schwer, umzudenken?

Wir alle fühlen uns ein bisschen gefangen in dem System, in dem wir leben, und haben gelernt, in diesen Kontexten zu funktionieren. Da fühlen wir uns sicher, darüber müssen wir nicht nachdenken, das ist verhaltensökonomisch sinnvoll. Etwa 80 Prozent unseres alltäglichen Verhaltens ist routiniert. Wir fahren immer den gleichen Weg zur Arbeit, kaufen die gleichen Dinge im Supermarkt, gehen in die bekannten Lokale und so weiter. Das gelernte und routinierte Verhalten zu ändern, ist erst einmal mit Aufwand verbunden und der Ausgang ist unsicher. Francis Picabia sagte, unser Kopf sei rund, damit das Denken die Richtung wechseln könne. Doch wir sind Gewohnheitstiere.

Wir müssen lernen, eine andere Haltung einzunehmen, als Einzelne_r, im Privatleben und im Job, in Unternehmen und in der Politik.

Gibt es bereits ein Produkt, von dem Sie sagen würden, dass es Ihren Ansprüchen besonders weitgehend gerecht wird?

Zur Zeit finde ich das *Fairphone* (vgl. S. 22) wegweisend. Es ist so ökologisch und sozial wie möglich gestaltet. Gestartet mit Überzeugung, finanziert über Crowd-Funding. Die *Fairphones* wurden bereits verkauft, als sie noch nicht produziert waren, und mit den Einnahmen aus dem Vorverkauf wurde die Produktion der ersten Marge finanziert. Das ist intelligent und innovativ.

Gefragt nach praktischen Ratschlägen für die Zukunft: Welche überzeugen Sie besonders und warum?

- Secondhand und Ausleihen statt neu kaufen
- Weniger Fleisch essen
- Klassischer Espressokocher statt Aluminiumkapseln
- Langlebige handwerklich gestaltete Stühle statt billig produzierter kurzlebiger Sitzgelegenheiten

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass wir weniger Angst haben und in der Diversität und Multikulturalität einen Gewinn sehen statt eine Bedrohung. Dass die Weltgemeinschaft verstanden hat, dass wir alle im gleichen Boot sitzen und es überhaupt nichts bringt, den eigenen Nationalstaat in den Vordergrund zu stellen, womöglich gegen den Rest der Welt, und dass wir es schaffen, den Klimawandel in den Griff zu bekommen.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Bildung, Bildung, Bildung, damit es Populist_innen und Propagandist_innen nicht so leicht haben, die öffentliche Meinung zu lenken. Und mehr Bewegungen von unten, die den Mächtigen zeigen, dass sie nicht einfach machen können, was sie wollen. Außerdem internationale Abkommen und Vereinbarungen, die konkrete Ziele beinhalten und verbindlich sind. Letztendlich müssen wir uns von der Wachstumsideologie, die so offensichtlich unsinnig ist, verabschieden. Auf einem endlichen Planeten mit endlicher Fläche kann es kein unendliches Wachstum geben. Das muss in den Schulen gelehrt werden und danach sollten sich ökonomische und politische Systeme richten.



LANDPACK

Patricia Eschenlohr und
Thomas Maier-Eschenlohr

Der Online-Lebensmittelhandel boomt. Doch die Nachhaltigkeitsbilanz sieht angesichts der verwendeten Kühlungs- und Transportmaterialien nicht gut aus. Das Münchner Unternehmen *Landpack* setzt dem nun ein Ende. Nach vielen Experimenten war die ökologisch-nachhaltige Isolierverpackung gefunden: produziert aus nachwachsenden Rohstoffen wie Stroh oder Hanf. Ein weltweites Novum. Stroh beispielsweise muss nicht extra angebaut werden, da Teile verwendet werden, die die Landwirtschaft nicht verwerten kann. Zudem isoliert es genauso gut wie Styropor, reguliert die Luftfeuchtigkeit viel besser und nimmt Kondenswasser auf. Die vollständig kompostierbaren Naturprodukte werden ohne die sonst üblichen 30 bis 40 Prozent Zusatz- und Klebstoffe klimaneutral produziert, verbrauchen aber bei ihrer Herstellung weniger Energie als Kunststoff. Die für die Produktion notwendige vollautomatisierte Anlagentechnik wurde selbst entwickelt. Damit die Halme zu Isoliermaterialien verarbeitet werden können, werden sie gleich bei der Ernte in einem thermodynamischen Prozess mit Temperatur, Dampf und Druck behandelt – ganz ohne Chemie. Die aktuell in einem Jahr benötigten circa 1.500 Tonnen Stroh werden von zehn Landwirten aus der Umgebung Münchens geliefert.

„ (...) ENDLICH KOMMT DESIGN AUS DER REIN SUBJEKTIVEN WAHRNEHMUNG UND BEURTEILUNG HERAUS.“



Nachdem *Facebook* in seiner Rolle als moralischer Zeigefinger für Großkonzerne zwar erfolgreich, aber fragwürdig ist, gilt es, gesellschaftlichen Mehrwert auf anderen Ebenen sichtbar zu machen. Noch während seiner Tätigkeit bei *Siemens* wurde für CHRISTOPH BÖNINGER die Frage nach der wirtschaftlichen und ethischen Verantwortung im Handeln von Designer_innen immer drängender. Eine Methode zur Berechnung des Public Value und ein Förderpreis für innovative Ideen junger Unternehmer_innen sind für den Produktdesigner erste Schritte zur Abkehr von der Sachlogik des Marktes.

→

Sie beschäftigen sich seit einigen Jahren mit Design unter wirtschaftsethischen Gesichtspunkten. Sehen Sie sich als Forscher?

Nein, ich bin kein Wissenschaftler und kein Professor. Ich beschäftige mich mit diesen Thematiken als praktizierender Designer, Designmanager, Unternehmer und manchmal auch Anstifter. Wenn ich mit Ihnen über Corporate Social Responsibility (CSR), Social Design und Public Value spreche, dann nicht als Theoretiker. Mir geht es darum zu vermitteln, wie ich zu diesen Themen kam und was meine Erfahrungen in den letzten zwölf Jahren hierzu waren.

Blieben wir bei Corporate Social Responsibility. Was versteht man darunter?

Die Geburtsstunde des Begriffs ist in meinen Augen die Gründung von *Facebook* im Jahr 2004. *Facebook* war der Hebel, um wirtschaftsethisches Gedankengut in der Industrie nachhaltig zu verankern, weil sich Unternehmen schlagartig den Shitstorms im Web mit unkalkulierbaren Folgen ausgesetzt sahen. Unternehmen begannen, CSR-Abteilungen aufzubauen, deren Aufgabe es war und ist, alle Prozesse in Unternehmen und bei deren Zulieferern auf ein wirtschaftsethisches Fundament zu stellen.

Seit wann ist Social Design ein populärer Begriff?

Social Design ist der Ansatz, nicht die Auftraggeber_innen, sondern den Menschen, aber auch die Gesellschaft mit all ihren Bedürfnissen in den Fokus des Designprozesses zu stellen. In Korea und Japan knüpfen große Unternehmen an diesen Ansatz an, beispielsweise im Bereich Gesundheitswesen und Entwicklungshilfe. In der westlichen Welt wurde dieser Begriff des Social Design erst 2007 mit der legendären Ausstellung *Design for the other 90%* im *Cooper Hewitt Museum* in New York populär. Sie konfrontierte die Besucher_innen mit der zentralen Frage, warum sich 95 Prozent aller weltweit tätigen Designer_innen bei ihrer Arbeit auf zehn Prozent der Weltbevölkerung fokussieren, nämlich auf die westliche Konsumgesellschaft. Public Value ist in sehr verkürzter Form im Idealfall das Ergebnis von CSR und Social Design. Social Design und CSR wollen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen, also ‚Public Value‘.

Für Sie besteht ein enger Zusammenhang zwischen Design und Wirtschaftsethik.

Warum?

Das begann alles 2004. Ich war Geschäftsführer der von *Siemens* ausgegründeten Designagentur *designaffairs*, die damals schnell expandierte. Trotzdem beschlich mich zunehmend das diffuse Gefühl, dass unser wirtschaftlich sehr erfolgreicher Ansatz mit Design nur noch wenig zu tun hatte. Um 10.000 Euro beim Designbudget wurde hart verhandelt, 100.000 Euro bei der Marktforschung wurden mit leichter Hand vergeben. Genau zu diesem Zeitpunkt fiel

mir das Buch *Der entzauberte Markt* von dem Schweizer Peter Ulrich in die Hand. Er hinterfragt darin „die Übersteigerung der globalen Marktwirtschaft hin zu einer totalen Marktwirtschaft, die alles, unser ganzes Leben und auch die Politik der Sachlogik des Marktes unterwirft“. Wenn man sich als Designer_in der wirtschaftlichen Verantwortung des eigenen Handelns stellt, hat sein Buch sehr viel mit Gestaltung zu tun. In meinem Heft *Wirtschaftsethik und Design* habe ich daraufhin versucht, Ableitungen aus Peter Ulrichs Wirtschaftsethik für uns als Designer_innen zu entwickeln.

Welche Fragen haben sich dabei für Sie als Designer ergeben?

Wirtschaftsethik ist nach Ulrich die Interdisziplin, die das ökonomische Werteschaffen hartnäckig hinsichtlich seiner Vernünftigkeit im Lebenszusammenhang der Menschen reflektiert. Für mich als Designer ergaben sich deshalb auf der einen Seite Fragen nach dem Sinn: Wie wollen wir in Zukunft leben und gestalten? Welche Werte sind wirtschaftend zu schaffen? Wie wollen wir Produktivitätsfortschritte sinnvoll nutzen? Und auf der anderen Seite Fragen der Legitimation: Für wen sind Werte zu schaffen? Wie sind Nutzen und Kosten der Rationalisierung gerecht zu verteilen?

Haben Ihre Überlegungen in Ihrem damaligen Umfeld Anklang gefunden?

Mit unseren Großkund_innen hätten wir damals diese Fragen nicht diskutieren können, wir wären als weltfremde Idealisten abgestempelt worden. Aber es entstand ein Netzwerk, angefangen mit Jan Teunen und Hajo Eickhoff, für die ich 2005 als Herausgeber ihres Buches *form:ethik* fungierte, eine Navigationshilfe für diejenigen, die auf die Gesellschaft mittels Gestaltung Einfluss ausüben und das große Ganze nicht aus den Augen verlieren wollen. Im Laufe der Jahre bin ich dann vielen beeindruckenden Soziolog_innen, Unternehmer_innen, Philosoph_innen und anderen Designer_innen begegnet. Menschen, mit denen ich meine Überlegungen teilen konnte und die mir wertvolle Impulse für meine Auseinandersetzung mit der Zukunft des Designs geliefert haben.

Welches Anliegen steckt hinter dem 2016 gegründeten iF Public Value Award?

Bei der Idee für diesen Award konnten wir Theorie und Praxis auf idealtypische Weise miteinander verknüpfen. Timo Meynhardt hatte auf Basis der vier menschlichen Grundbedürfnisse eine sogenannte Public Value Scorecard entwickelt, anhand derer sich der öffentliche Mehrwert messen lässt. Wir haben diese Scorecard 2014 in einem Prozess, gemeinsam mit seinem Institut und *iF* um die Dimension Design erweitert. Damit kann sie auch auf Designprojekte angewandt werden. Timo Meynhardt sagte bei der Verleihung des ersten Awards im Februar 2016 in der *Pinakothek der Moderne*, dass dies „ein Glücksfall für die Wissenschaft“ sei: Auf der einen Seite eine wissenschaftlich fundierte Scorecard für die präzise Bemessung des öffentlichen oder gesellschaftlichen

Mehrwerts eines Produkts oder Projekts. Und auf der anderen Seite kreative, innovative Ideen von Student_innen und Unternehmer_innen, deren Fokus primär ebenfalls auf dem gesellschaftlichen und nicht dem betriebswirtschaftlichen Mehrwert liegt. Für das Design war es in meinen Augen daher auch ein Glücksfall, denn endlich kommt Design hier aus der rein subjektiven Wahrnehmung und Beurteilung heraus.

Wer waren die ersten Preisträger_innen und warum wurden Sie ausgezeichnet?

Preisträger_innen waren beispielsweise das *Cucula-Team* (vgl. S. 36). Hier wurde der Rahmen des reinen Designs verlassen. Die Designer_innen haben sich endlich getraut, ihre Ideen und Projekte als Unternehmer_innen in eigenen Start-ups oder NGOs umzusetzen.

Ein zweites hervorragendes Beispiel ist *ugly fruits*, ebenfalls aus Berlin. Die Idee ist es, Gemüse und Obst zu vermarkten, das aufgrund seines ‚krummen‘ Aussehens bereits bei der Ernte aussortiert werden würde.

Sie haben 1982 mit Ihrer Diplomarbeit die weltweit erste Laptop-Studie vorgelegt und damit die digitale Revolution aktiv mitgestaltet. Glauben Sie, dass Sie durch Ihre Arbeit an der Verknüpfung von Design und Wirtschaftsethik Teil einer neuen Revolution sind?

Wenn ich einer Rückbesinnung ein klein wenig Input geben könnte, wäre ich schon zufrieden, aber eine Revolution ist das auf keinen Fall. Schließlich hatten wir in Deutschland schon im 12. Jahrhundert in den Hansestädten ein starkes wirtschaftsethisches Fundament mit dem ‚ehrbaren Kaufmann‘.

Welche Entwicklungen in Design, Kunst, Architektur, Wirtschaft, Wissenschaft oder Politik haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Der gesamte Bereich der Mobilität ist im Umbruch und dabei spielen Aspekte des Designs, der Architektur, der Soziologie, der Wirtschaft und der Politik im Teamwork eine tragende Rolle.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Länder, Städte und Kommunen, die sich ihrer Verantwortung bei diesem Thema aktiver stellen und sich dabei frei machen können von den Interessensvertreter_innen einer besitzstandswahrenden Industrie.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Mehr Transparenz in der Lobbyarbeit (der Industrie gelang es sogar, ein entsprechendes Gesetz auf Bundesebene parteiübergreifend zu verhindern). Hier werden NGOs eine tragende Rolle spielen müssen. Manchmal kommt es mir so vor, als ob NGOs die neue APO sind, also eine außerparteiliche Opposition wie in den 60er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Es war eine Zeit großer gesellschaftlicher Umwälzungen und beeinflusste Design, Kunst, Architektur, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

CUCULA

Aus dem Projekt, Möbel für Geflüchtete zu bauen, wurde 2013 ein Unternehmen, dessen Start sich über Crowdfunding finanzierte. *Cucula - Refugees Company for Crafts and Design* ist Designbüro, Werkstatt, Bildungsprogramm und experimentelle Berufsvorbereitung in einem. Das Team bestand zunächst aus Malik Agachi, Maiga Chamseddine, Saidou Moussa, Ali Maiga Nouhou, Moussa Usman, Corinna Sy, Barbara Meyer (Leiterin des Kreuzberger *JugendKunst- und Kulturhauses Schlesische27*), Sebastian Däschle und Jessy Medernach. Inzwischen gibt es neue Trainees und einen stetig wachsenden Kreis an Unterstützer_innen. Das Holz für die Designmöbel stammt in Teilen aus den in Lampedusa ankommenden Booten und wird nach dem Selbstbau-Programm *Autoprogettazione* des Italieners Enzo Mari zu Stühlen verarbeitet. Der Erlös aus dem Verkauf der Werkstücke dient zur Finanzierung des Lebensunterhalts und der Weiterbildung der Geflüchteten.



„KÖNNTEN WIR ÜBER MENSCHEN ODER GESELL- SCHAFT REDEN, ANSTATT ÜBER DESIGNER_INNEN?“



Wie soll unser Leben auf dem Planeten, wie unser geistiges Leben aussehen? Wir brauchen eine Revolution und eine Idee für die Gesellschaft danach. Die Gestaltung unserer Zukunft ist ein Projekt für die ganze Gemeinschaft, nicht nur für Künstler_innen und Designer_innen. Der Kommunismus, Wikipedia und das Fahrrad waren für JERSZY SEYMOUR bereits Schritte in die richtige Richtung. Aber damit wir irgendwann einmal tatsächlich ohne Hilfe fliegen können, müssen wir jetzt mit der Arbeit am *Non Gesamt Gesamtkunstwerk* beginnen.



Was könnten sogenannte Design-Profis von Amateuren lernen?

Ich würde die Frage gerne umformulieren in „Was können wir von Amateur_innen lernen?“ Ich verwende das Wort ausgehend von seinen lateinischen Wurzeln, als ‚Liebhaber_in‘ oder ‚Appassionato‘. Dabei beziehe ich mich auf seine Position als eine unbezahlte und damit eine, die außerhalb von kapitalistischen Verhandlungen steht. Wenn ich also von Amateur_in spreche, dann meine ich jemanden, der lustvolle Befriedigung durch Arbeit und Produktion erfährt und in der Lage ist, sich mit anderen Systemen auseinanderzusetzen als dem kapitalistischen. Um das näher zu erklären, möchte ich Marx zitieren: „Put the satisfaction of the production into the hands of the people.“

Worin liegt der Unterschied zwischen Designer_innen und Künstler_innen in Bezug auf deren Rolle, Gestalter_innen der Gesellschaft zu sein?

Es gibt viele verschiedene Designer_innen und viele verschiedene Künstler_innen, die auf viele verschiedene Arten arbeiten. Aber eigentlich plädiere ich dafür, die Kategorien ‚Kunst‘ und ‚Design‘ zu streichen, sie sind irreführend und nutzlos. Einfach formuliert, wir können Design als Art und Weise betrachten, wie wir den Planeten, und Kunst als Art und Weise, wie wir den Geist bewohnen. Aber für mich ist das Bewohnen des Planeten untrennbar mit dem Bewohnen des Geistes verbunden. Mehr noch, Design lässt sich als Konstruktion des Sozialen und Kunst als Schutz des Individuellen durch den Autonomie-Diskurs sehen. Aber auch diese beiden Debatten können nicht getrennt werden.

Angenommen Sie stimmen zu, dass Design transformatives Potenzial besitzt. Worin würde dieses bestehen?

Es geht darum zu verstehen, was die Rolle des Designs sein könnte. Wenn es die traditionelle Rolle von Designer_innen war, diejenigen zu sein, die Objekte für den Markt schaffen, dann wäre es zunächst erforderlich zu verstehen, dass diese Objekte bestimmte Systeme unterstützen: Produktions- und Verbrauchsmechanismen, politische und ökonomische Mechanismen, soziale und triebhafte Systeme und Systeme des Glaubens. All diese Zusammenhänge müssen wir überdenken und uns mit ihnen auseinandersetzen, wenn wir eine neue Welt gestalten wollen. Und wenn wir an den Punkt des „Wo stehst du, Bruder?“

kommen, dann werden wir feststellen, dass viele dieser Objekte gar nicht notwendig sind oder dass das Projekt längst zu etwas völlig anderem transformiert wurde.

Könnten Sie uns drei Beispiele für transformatives, visionäres Design geben?

Kommunismus, Wikipedia und das Fahrrad. Kommunismus deshalb, weil er den ersten – wenn auch gescheiterten – Versuch darstellt, eine Gesellschaft zu schaffen, die auf einer fairen und gleichberechtigten Basis gründet. Wikipedia, weil es ein offener Zugang zu Information ist. Das Fahrrad, weil es technischen Fortschritt verkörpert und gleichzeitig aber auch in Harmonie ist mit dem menschlichen Vermögen, mit diesem Fortschritt umzugehen.

Warum wählen Sie oft Galerien und Museen für Ihre Projekte?

Das Projekt, das ich verwirklichen möchte ist groß. Man könnte sagen, es handelt davon, wie wir uns selbst und die Gesellschaft revolutionieren können, aber auch davon, fähig zu sein, mit dem zu leben, was nach der Revolution kommt. Im Moment bieten mir Institutionen und Museen die Möglichkeit, Ideen zu entwickeln, um diesem Ziel entgegenzuarbeiten. Ich betrachte diese Arbeiten als Prototypen, Meme¹ und Leitfäden für Nutzer_innen, die in Richtung einer möglichen Zukunft weisen. Zentral für meine Arbeit ist also die Idee des *Non Gesamt Gesamtkunstwerks*. Es ist ein Paradox, das ich in einem Projekt erschaffen habe, um Totalitarismus zu vermeiden. Dabei geht es um den Umgang mit der totalen Vision. Aus dem gleichen Grund schaffe ich auch Arbeiten, die weitergegeben werden können – man könnte sagen, als ‚dezentralisiertes Totales‘.

Sie arbeiten zusammen mit Firmen wie Alessi, Magis Design und Vitra – auf dem globalen Markt sind das eher kleine Unternehmen. Welchen Einfluss können Designer_innen wie Sie auf Unternehmen mit 100.000 Mitarbeiter_innen oder mehr haben?

Diese kleinen Unternehmen sind Familienbetriebe und sie repräsentieren relativ gleichberechtigte soziale, ökonomische Strukturen. Sie stehen im Kontrast zu den neoliberalen Strukturen globaler Großkonzerne – für mich gehören diese zu den größten Problemen unserer Zeit. Meine Aufforderung an die großen Unternehmen wäre, teilzunehmen an einer globalen und gerechten Zukunft für unseren Planeten. Es gibt viel zu tun und die Zeit ist längst reif. In der Geschichte findet man Vorbilder dafür: William Morris, bekannt durch die *Arts and Crafts*-Bewegung in England, hat sich in Politik und Erziehung eingemischt und *News from*

1 → Anmerkung der Redaktion: „Meme stehen beispielhaft für neue Kommunikationsmodelle in Netzwerken, in denen Sender und Empfänger, Kanal und Gestalter in einer hybriden Melange zusammenfallen.“ Zitiert nach: Pfeffer, Florian: *To Do: Die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt. Strategien Werkzeuge Geschäftsmodelle*. Hermann Schmidt Mainz 2014, S. 51.

Nowhere, einen utopischen Roman, verfasst. Ein etwas aktuelleres Beispiel ist Adriano Olivetti mit seinem Unternehmen *Olivetti*. Er hat die Idee der Arbeiterkooperative und des dezentralisierten politischen Systems aufgebracht und außerdem als Gründer der Schule in Ivrea Zugang zu Bildung ermöglicht.

In einem Interview sagten Sie mal: „Runtergebrochen auf das Wesentliche: Der Planet leidet an der Menschheit.“ Sehen Sie hier irgendeine Chance für die Arbeit von Designer_innen?

Es ist traurig und hart, aber nachdem Gott tot ist – wie Nietzsche gesagt hat –, sind wir sehr schnell bei der Tatsache gelandet, dass es im Universum keinen Sinn gibt. Die Antwort der existenzialistischen Philosophie darauf ist, entweder Selbstmord zu begehen oder zu akzeptieren, dass es keinen Sinn gibt und trotzdem weiter nach ihm zu suchen. Das ist eine ziemliche starke Pille, die die Gesellschaft da schlucken muss. Deshalb sind die Menschen gezwungen, nach Ablenkung zu suchen: im Konsum, in TV-Shows, Drogen oder religiösem Fanatismus.

Die Frage, wie sich das Problem mit der Menschheit lösen lässt, wie wir mit dem Bewusstmachen unserer Sterblichkeit umgehen und der damit verbundenen Frage nach Sinn, ist ein fundamentales Thema. Das sind Fragen, die wahrscheinlich niemals beantwortet, aber immer wieder gestellt werden müssen. In den Strategien von Musik, Poesie und Stand-up-Comedy findet man dafür viele Ansätze.

Ihre Definition von Design lautet: „Design is creation of life situations.“ Was können Designer_innen in Bezug auf Menschen beitragen, die ihre Heimat verlassen mussten und sich gerade auf der Flucht oder in Flüchtlingslagern befinden?

Wahrscheinlich gibt es viele Dinge und viele verschiedene Wege. Grundsätzlich brauchen wir eine Revolution. Im Moment, um zumindest im Kleinen mit dem tragischen Symptom des ‚Welt-Unbehagens‘ umzugehen, das sich Flüchtlingskrise nennt, arbeite ich mit dem *Cucula-Workshop* (vgl. S. 36) zusammen. Das ist ein Flüchtlingsprojekt in Berlin, dem ich helfe, einen Betrieb aufzubauen.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Frieden und Glück, die Fähigkeit für Menschen, ohne Hilfe zu fliegen, die Tränen des Clowns.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Alles was oben steht und viel mehr. Und sehr viel Humor.

W-O-O-L-L-A-A
STRICTLY PERSONAL

BETA

Vorder/Rückseite

Woollaa.com

MEIN TEXT ...

ShareSchal
69,00 €

JETZT KAUFEN

Kombination 1406 / 1820

3287.70 M

Mauve Himmel Neongelb Neonorangerot

Ziehe Deine Farben in die Farbfelder

WOOLLA

Florian Pfeffer

Faire und nachhaltige Produktionsbedingungen zu ermöglichen und der Wunsch nach individueller Mitgestaltung sind zentrale Paradigmen unserer Gegenwart. Der Designer und Autor Florian Pfeffer hat für deren Umsetzung mit der Gründung von *Woollaa* ein Modell entwickelt, das auch neueste Technologie einsetzt: Eine industrielle Strickmaschine, die direkt mit dem Internet verbunden ist, steht potenziell allen Menschen für individuelle Entwürfe zur Verfügung. Auf der Website von *Woollaa* haben Kund_innen die Möglichkeit, ihr persönliches Kleidungsstück frei zu gestalten und von der Strickmaschine in Deutschland realisieren zu lassen. Anschließend wird ihnen der Wunsch-Schal nach Hause geliefert. So gibt es keine unnötige Lagerung und es wird nur das produziert, was tatsächlich gebraucht wird. Der Produktionsweg ist direkt und kurz. Slowfashion statt Fastfashion ist das Anliegen des Unternehmens, bei dem mit jeder Bestellung Einzelstücke entstehen. Damit spiegelt *Woollaa* ein neues Verständnis von Produktentwicklung wider, das traditionelle Designstrukturen über den Haufen wirft und für Gestaltung und Produktion neue Kriterien anlegt.

„LERNEN, MIT DEM DILEMMA ZU LEBEN UND DAS BESTE DARAUS ZU MACHEN.“



Verändert sich die Gesellschaft, verändern sich auch die Möglichkeiten der Gestaltung, und so müssen wir uns fragen, was die weltweite Vernetzung für das Design bedeutet. Der Autor und Grafikdesigner FLORIAN PFEFFER hat möglicherweise eine Antwort darauf: Unsere Gesellschaft, zwischen Ausbeutung und unfairen Produktionsbedingungen, *Facebook* und *Uber*, befindet sich in einem Dilemma. Wir brauchen keine genialen Künstler_innen und noch neuere *iPhone*-Versionen. Wir brauchen Strategien zum Anfassen.



Bücher schreiben oder Produkte designen, was ist wichtiger für die Zukunft?

Alles ist wichtig für die Zukunft.

Sie sprechen in Ihrem Buch *To Do: Die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt von drei Revolutionen*, die das Design seit seinem Anfang miterlebt hat. Welche sind das?

Design hatte immer dann seine besten Momente, wenn es Teil von umfassenden gesellschaftlichen Umwälzungen war. Als im 19. Jahrhundert die industrielle Revolution Fahrt aufgenommen hatte, war das die Geburtsstunde des Produktdesigns. Wenn damals beispielsweise Handwerker_innen einen Stuhl hergestellt haben, war das ein Einzelstück. Wollte jemand noch einen Stuhl, wurde ein zweites Einzelstück gebaut. Produktdesigner_innen aber bauen keinen Stuhl, sondern entwerfen das Konzept, das von Maschinen in großen Serien hergestellt werden kann. Die Industrialisierung hat den Beruf von Designer_innen also überhaupt erst möglich gemacht. Für die Weber_innen lief es damals in die umgekehrte Richtung. Mit der Elektrifizierung kamen die modernen Massenmedien, wie Fernsehen, Radio und Zeitungen. Die Folge davon war das Kommunikationsdesign. Die in den 70er-Jahren einsetzende Digitalisierung schließlich hat Webdesigner_innen und UX-Designer_innen als Gestalter_innen von digitalen Medien hervorgebracht. Heute stehen wir vor einer weiteren Revolution: der weltweiten Vernetzung. Im Unterschied zu den oben beschriebenen Umwälzungen scheint Design von diesen Entwicklungen kaum zu profitieren. Die Frage steht im Raum, ob wir etwas dazu beitragen können und wie dieser Beitrag aussehen sollte.

Das *iPhone 7* hat im Vergleich zum *iPhone 6* keine große Veränderung mehr gebracht. Sind die Aufgaben von Produktdesigner_innen erschöpft?

Wenn man Design auf die Gestaltung einer Hülle und eines Interface beschränkt, dann stimmt das möglicherweise. Die Hülle und das Interface sind zwar weiterhin wichtige Komponenten eines Produkts – aber nicht mehr dessen Kern. Im Zeitalter der globalen Vernetzung ist es vielmehr der Code, der das Wesen eines Produkts bestimmt und die Art und Weise, wie Produkte in einer weltumspannenden Lieferkette hergestellt werden. Was das Erste betrifft, müssen Designer_innen aufpassen, dass es ihnen nicht geht wie den Weber_innen im 19. Jahrhundert. Was das Letzte betrifft, ist das *iPhone* ein sehr ungestaltetes Produkt – da gäbe es noch sehr viel zu tun. Ein Produkt, das Menschen krank (bei *Foxconn* in China) und Warlords in Afrika reich macht (die dort viele Minen für seltene Erden beherrschen), kann nicht schön sein.

Wir müssen einen anderen, viel weiteren Begriff von Ästhetik entwickeln, um Gestaltung für diese Aufgaben fit zu machen.

Welche Strategien aus dem traditionellen Design sind angesichts komplexer Herausforderungen noch gültig und können bei der Gestaltung einer zukunftsfähigen Gesellschaft eingesetzt werden?

Ich sehe da keinen Unterschied zwischen traditionellem Design und einem irgendwie gearteten neuen Design – zumindest nicht, was die Strategien betrifft. Der Entwurf als Methode zum Erkenntnisgewinn ist eine sehr angemessene und agile Methode, um komplexe Herausforderungen anzugehen: Ziele setzen → Prototypen bauen → Erfolg messen → Prototyp verbessern. Gestalter_innen schreiben keine Strategiepapiere, sondern setzen überprüfbare, konkrete Modelle in den Raum – Strategien zum Anfassen. Darin liegt die Kraft von Design, die wir heute mehr denn je gebrauchen können.

Welche Rolle spielen das Urheberrecht beziehungsweise Designer_innen als Autor_innen für Sie?

Autorendesigner_innen als geniale Künstler_innen wird es natürlich immer geben – schon alleine aus Gründen des Produktmarketings. Zu glauben, dass die komplexen Fragestellungen, die heute und in der Zukunft an Design hergetragen werden mit Autorendesign gelöst werden könnten, scheint mir nicht realistisch zu sein. Die Frage des Urheberrechts ist in meinen Augen eine andere. Die globale Vernetzung ist, neben vielen positiven Effekten, eine gigantische ‚Entrechtungsmaschine‘. Oder besser ausgedrückt: Sie setzt unsere heutigen Rechtsnormen unter eine enorme Spannung. *Facebook* und die gesetzliche Verfolgung von Volksverhetzung, *Uber* und das Arbeitsrecht, *Airbnb* und Stadtplanungsrecht – das sind nur einige prominente Beispiele, wie die großen Spieler versuchen, mit der Macht des transnationalen Monopols nationale Gesetzgebungen auszuhebeln. Dass die Politik das bislang mit einem Achselzucken quittiert, ist nicht nur enttäuschend, sondern auf eine gefährliche Art und Weise naiv.

Worin sehen Sie die Herausforderung bei der Umsetzung einer digitalen Gesellschaft?

Ich würde zunächst einmal den Begriff ‚digitale Gesellschaft‘ durch ‚vernetzte Gesellschaft‘ ersetzen wollen. Die größten Herausforderungen bei der Entstehung dieser Gesellschaft sind soziale Gerechtigkeit und Teilhabe. Die Verwerfungen, die wir heute in Europa beobachten können, sind erste Zeichen der Druckwelle, die auf uns zurollt.

Was regt Sie am meisten auf?

Der Wahlsieg von Donald Trump. Nicht so sehr wegen seiner Person, sondern aufgrund dessen, was er in anderen Menschen hervorbringt. Darüber hinaus steht dieser Wahlerfolg für eine verhängnisvolle und naive Sehnsucht in uns nach der einfachen Lösung. Diese Lösung wird es so billig aber nicht geben und der weitere Abstieg der bisherigen Mittelklasse ist damit beschlossene Sache. Schade um die verlorene Zeit.

Wofür braucht es noch ausgebildete Designer_innen, die Stühle, Bücher oder Autos designen, wenn doch die ‚Crowd‘ mithilfe der Adobe Creative Suite und DIY-Youtube-Videos inzwischen selbst Gestalter sein kann?

Ich habe diese Frage noch nie verstanden. Wenn es tatsächlich so sein sollte, dass mit den digitalen Werkzeugen alle ihre eigenen Stühle, Bücher oder Autos in ähnlicher Qualität herstellen könnten wie ausgebildete Designer_innen und darüber hinaus Konsument_innen Lust hätten, die entsprechende Zeit zu investieren, dann wäre das doch eine ganz wunderbare Sache. Für Designer_innen natürlich nicht. Aber es wäre nicht der erste Beruf, der verschwinden würde: Wer trauert heute noch einem Köhler nach oder dem Flößer? Die Realität spricht aber eine andere Sprache. Es wird auch weiterhin Designer_innen geben – allerdings sollte man sich seine Aufgaben nicht am unteren Ende der Komplexitätsskala suchen, sondern am oberen.

„Willkommen im Dilemma“ – Was meinen Sie damit?

Der amerikanische Philosoph Marshall Berman hat es in seinem Buch *All That Is Solid Melts Into Air* so beschrieben: „Modern zu sein bedeutet, in einer Umgebung zu leben, die uns Abenteuer, Macht, Freude, Wachstum und Wandel verspricht – und gleichzeitig droht, alles zu zerstören, was wir kennen und sind.“ Das ist das Dilemma des modernen Menschen und dem Wunsch, sich mithilfe von Technologie immer weiter über den eigenen Körper und das eigene Ich hinaus zu erweitern. Hier sind weder der hysterische Optimismus des Silicon Valley gefragt noch der ermüdende, endlose Abgesang auf die Kultur des Abendlandes. Wir müssen vielmehr lernen, mit dem Dilemma zu leben und das Beste daraus zu machen.

Welche Entwicklungen in Design, Kunst, Architektur, Wirtschaft, Wissenschaft oder Politik haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Big Data.

Was sind die drei wichtigsten Werkzeuge für das Leben in der Gegenwart?

Empathie, Optimismus, Kooperationsbereitschaft.

Gefragt nach innovativen Geschäftsmodellen. Was sind Ihre drei Favoriten?

A: Das *Fairphone* des niederländischen Designers Bas van Abel (vgl. S. 22)

B: Crowdfunding

C: Big Data

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich bin bescheiden: Mir reicht es, wenn es sie noch gibt.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Wenn nicht etwas sehr Überraschendes dazwischenkommt, wird es die Welt in 20 Jahren mit großer Wahrscheinlichkeit noch geben. Wir werden aber mehr Bereitschaft zu Veränderung mitbringen und resilienter werden müssen. Wenn wir das schaffen, haben wir beste Voraussetzungen, dass wir uns heute schon auf die Welt in 20 Jahren freuen können.

EDIBLE GROWTH

Chloé Rutzerveld

Wie kann die Methode des 3-D-Druckens angesichts zunehmender globaler Ernährungskrisen sinnvoll für die Produktion gesunder und nachhaltiger Lebensmittel eingesetzt werden? In Industrie und Forschung sind 3-D-Drucker längst zu festen Bestandteilen geworden. Gedruckt wird für Architektur, Raumfahrt oder Autoindustrie, mit Materialien wie Kunststoff, Harz, Keramik oder Metall. Auch in der Lebensmittelbranche wird bei der Entwicklung von Süßigkeiten bereits auf die Methode gesetzt. Für die Food-Designerin Chloé Rutzerveld allerdings wird das Drucken extravaganter Formen aus Schokolade und Zucker dem Potenzial der Technologie nicht gerecht. Mit ihrem Projekt *Edible Growth* hat sie die 3-D-Drucktechnik mit Verfahren des traditionellen Anbauens und Züchtens kombiniert: Aus einer in verschiedenen Schichten gedruckten Struktur mit einem Nährboden aus Hefe, der Samen und Sporen enthält, hat sie ein vollständig essbares Miniatur-Ökosystem entwickelt. Innerhalb von fünf Tagen wachsen darin nährstoffreiche Sprossen und Pilze heran. Das bei den Konsument_innen zu Hause gedeihende Produkt reduziert landwirtschaftliche Anbauflächen, hat einen kurzen Produktionsweg und wird nur auf Nachfrage hergestellt – ein zukunftsfähiges Konzept in vielerlei Hinsicht.



„ESSEN IST DAS WICHTIGSTE MATERIAL AUF DER WELT.“



Jeder Mensch muss essen. Daher hat unsere Esskultur das Potenzial, zu einem Ort der Veränderung zu werden, an dem die Gesellschaft der Zukunft gestaltet wird. Weil Lebensmittel schon von Natur aus perfekt konzipiert sind, schlägt MARIJE VOGELZANG einen Weg abseits des bekannten Food Designs ein. Dabei geht es nicht nur um Lebensmittel, sondern auch um diejenigen, die sie verzehren. In Projekten, die auf grundlegende Dinge wie Geburt, Liebe, Nahrung und Tod verweisen, werden Menschen zum Nachdenken und Kommunizieren aufgefordert.



Was bedeutet Eating Design?

Bei Eating Design geht es um das Verb ‚essen‘. Das heißt, es dreht sich um alles, was mit dem Vorgang des Essens verbunden ist. Beispielsweise in Verbindung mit Psychologie, Wissenschaft, Geschichte, Kultur oder Gesellschaft. Manchmal verwechseln die Leute Eating Design mit Food Design, was aber nur ein kleiner Bereich davon ist. Bei Food Design geht es eher um das tatsächliche Gestalten von Lebensmitteln, also um Food Styling, wie bei *Toblerone* oder *Magnum*, aber auch um die Verzierung von Torten. Ich finde Food Design nicht mehr so spannend, seit ich davon inspiriert wurde, was Essen macht und nicht was Essen ist.

Warum haben Sie Essen als Material gewählt?

Essen ist einfach das wichtigste Material der Welt. Es ist lebensnotwendig, es formt unser Umfeld, es ist die größte Ökonomie der Welt. Es ist sinnlich, vergänglich und verändert sich ständig. Essen ist emotional und ein Vermittler von Kultur. Was daran sollte man nicht lieben?

Welche Rolle spielt Vergänglichkeit in Ihren Projekten?

Sie kann eine Herausforderung sein. Natürlich ist es einfacher, langlebige Arbeiten zu schaffen aus Keramik oder Holz. Aber ich denke dennoch, der ganze Prozess der Nahrungsaufnahme ist es wert, mit ihm zu arbeiten, denn letztendlich gestalte ich damit die Erlebnisse, die Menschen haben, und dabei ist das Essen selbst nur Mittel zum Zweck. Meine Arbeit handelt nicht vorrangig vom Essen. Sie handelt von Menschen.

Warum bezeichnen Sie sich als Eating-Designerin und nicht als Eating-Künstlerin?

Besteht für Sie ein Unterschied zwischen diesen beiden Feldern?

Das ist eine Frage, die sich nicht so leicht beantworten lässt. Ich bezeichne mich selbst als Designerin, weil mein Hintergrund das Design ist. Ich leite ein Department (*Food Non Food*) an der *Design Akademie Eindhoven*, und viele meiner Aufträge für Unternehmen sind typische Designprojekte. Ich arbeite

beispielsweise für Supermärkte und Kliniken. In meinen freieren Projekten könnte man mich durchaus als Künstlerin bezeichnen. Trotzdem ist auch da die Gestaltung sehr stark nutzer_innenorientiert, das entspricht vom Zugang wohl eher dem Design.

Eating Design beeinflusst alle Menschen, weil es alle betrifft. Glauben Sie, es ist demokratischer als andere Designfelder, die sehr häufig mit Luxus assoziiert werden, so wie das Produktdesign?

Auf gewisse Weise stimmt das. Ich denke, es ist zugänglich, weil schließlich alle essen. Aber andererseits ist das Spektrum der Essensqualität sehr weit und verknüpft sich mit sozialen Schichten, wodurch es wiederum weniger demokratisch erscheint.

In Ihrer Arbeit beschäftigen Sie sich auch mit den neuen quasireligiösen Aspekten des Essens. Warum verändern sich unsere gesellschaftlichen Werte gerade so stark?

Veränderungen, die mit der Esskultur zusammenhängen, gab es in unserem Leben schon immer. Das ist nicht erst seit heute so. Denken Sie an die Emanzipation der Frauen: Natürlich war sie eine großartige Sache, führte aber auch dazu, dass weniger Zeit für die Küche blieb. Gleichzeitig wurden durch die industrielle Revolution immer mehr unterstützende Küchengeräte entwickelt, sodass der Bereich auch weiterhin in weiblicher Hand bleiben konnte. Als Nächstes hat die Lebensmittelindustrie begonnen, Fertiggerichte herzustellen und immer mehr Zusätze beizumischen, sodass jegliche kritische Auseinandersetzung in unserem Umgang mit Essen gedämpft wurde. Als die Frauen begannen, die Küche zu verlassen, wurde die Kluft zwischen dem Menschen und dem, was er zu sich nahm, immer größer. Diese noch immer wachsende Lücke manifestiert eine gekappte Verbindung zur Esskultur und gleichzeitig führt sie zu steigenden Ausgaben für Lebensmittel bei sinkendem Einkommen. Heute können wir spüren, dass etwas schief läuft. Wir suchen nach dem Sinn,

nicht nur in unserer Nahrungskette, sondern auch in unserem Leben. Nachdem wir uns von der Religion abgewandt haben, suchen wir nach neuen Ritualen, die unser Leben kennzeichnen und leiten sollen. Die Art und Weise, wie unsere Familien funktionieren und die Werte, die wir an sie weitergeben, haben sich radikal geändert.

Was, glauben Sie, sind die zentralen Werte in unserer heutigen Gesellschaft?

Ich kann nicht für die ganze Gesellschaft sprechen, aber ich glaube, die Menschen sind verunsichert. Dennoch geht es noch immer um die ganz grundlegenden Dinge im Leben: gebären, lieben, essen, schlafen, sterben – Angst verspüren, Schmerz, Freude und Dankbarkeit fühlen. Diese Dinge sind zeitlos und ich denke, es ist sehr interessant, sich auf diese essenziellen Gefühle zu konzentrieren.

Wir leben heute in einer digitalen Welt. Wie visionär ist so etwas – man könnte sagen – ‚Analoges‘ wie Essen?

Da bin ich mir nicht sicher und eigentlich interessiert es mich auch nicht, ob es visionär ist. Es ist einfach elementar: Man kann Essen nicht verneinen. Man muss essen, bevor man etwas auf *Facebook* postet. Ohne Nahrung keine Menschen. Abgesehen davon glaube ich, gerade wegen der Digitalisierung unserer Welt brauchen wir mehr sinnlichen Input. Wir berühren uns fast nicht mehr. Wir konsumieren sterile Gerichte. Wir berühren Computer. Wir sind sinnlich verkümmert. Essen ist eine wunderbare Möglichkeit, um uns wieder zusammenzubringen.

Was erwarten Sie sich vom anstehenden *Dutch Institute of Food Design (DIFD)*? Welche Potenziale stecken in der Verknüpfung von Essen und Design?

Ich habe hohe Erwartungen. Ich beobachte, dass Essen und Design ein spannendes neues Feld sind, aber ich beobachte auch, dass viele junge Designer_innen nicht wissen, wo sie beginnen oder in welche Richtung sie gehen sollen, und deshalb fangen sie an, ihr Talent mit stumpfer kommerzieller Arbeit

zu verschwenden. Ich glaube, wir brauchen eine Inspirationsplattform, die die Möglichkeiten dieses neuen Feldes aufzeigt. Gleichzeitig sehe ich Unternehmen und Institutionen, die nach neuen Wegen und Lösungen in Bezug auf Lebensmittel und Ernährung suchen. Für sie ist es schwierig, Designer_innen zu finden, die sich damit auseinandersetzen, einfach, weil es noch keine Plattform gibt. Wenn man diese ganze gute Arbeit bündeln würde, würde sich zeigen, dass es keine unbedeutende Sache ist. Es ist ein ernstzunehmender neuer Designbereich. Wenn wir dieses weitreichende Arbeitsfeld aufzeigen, können wir auch damit beginnen, kritische Fragen zu stellen und das Feld weiterzuentwickeln.

In der Ankündigung auf der DIFD-Homepage ist die Rede von einem Designnetzwerk auf globaler Ebene. Könnten Sie uns Projekte nennen, die vielleicht außerhalb des westlichen Kontexts stehen und Sie in der Art und Weise, wie sie mit Essen umgehen, beeindruckt haben?

Es gibt viele Projekte außerhalb des westlichen Kontexts, die sich mit Essen auseinandersetzen. Aber es ist nach wie vor ein sehr unterentwickelter Bereich. Designer_innen müssen um ihre Position kämpfen, weil viele Menschen noch nicht begriffen haben, was Essen und Design für sie bewirken könnten. In Indien beispielsweise gibt es eine Gruppe junger Menschen, *The Grey Garden*, die tolle Experimente zur Wahrnehmung von Essen gestalten. Außerdem ist da Veronika Yu in Hongkong, sie organisiert Sojasaucen-Verkostungen. Viele Menschen kaufen immer die gleiche Marke und denken nie über die kulturelle Relevanz, die historischen Aspekte und die einzigartige Vorgehensweise nach, wie Sojasauce fermentiert wird. In Finnland gibt es ein Trio aus Südkorea, das spannende Projekte macht, in denen es Brot als Metapher für Leben verwendet und wilde Hefe als Anstoß zur Diskussion nutzt.

Wo ist im Moment der größte Handlungsbedarf für Designer_innen wie Sie?

Natürlich stellen alle aktuellen Diskussionen ums Essen Anknüpfungspunkte für Food-Designer_innen dar. Wir brauchen mehr kreative Menschen in unserer

Nahrungskette. Nicht nur Menschen, die vermitteln, sondern auch solche, die irritieren und stören. Ich bin mir sicher, dass in der Esskultur zur Zeit am meisten bewirkt werden kann. Sie ist ein sehr flexibles und ungreifbares Gebilde, und indem wir sie beeinflussen, können wir unsere Landschaft, unsere Ökonomie, die Landwirtschaft, Übergewicht und den Schutz der Meere beeinflussen. Eines meiner persönlichen Anliegen ist es, in den Menschen ein stärkeres Bewusstsein und eine größere Dankbarkeit dafür zu schaffen, was sie bereits haben.

Welche Entwicklungen in Design, Architektur, Kunst, Ökonomie, Wissenschaften oder Politik halten Sie für besonders visionär?

Wow, das ist eine große Frage. Die ganze Welt ist in ständiger Bewegung, alles beeinflusst sich gegenseitig. Vielleicht ist es deshalb spannender, darauf zu blicken, was sich nicht verändert hat. Gleich geblieben – und zwar überall, auf der ganzen Welt – sind die einfachen Handlungen elementaren Lebens. Menschen. Wir müssen essen und wir müssen auf die Toilette. Wir lieben und wir verlieren. Wir lachen und weinen. Tut mir leid, wenn das vielleicht albern klingt, aber für mich ist genau das eine sehr starke Quelle der Inspiration. Vielleicht müssen wir uns, wenn wir die Welt verändern wollen, eben darauf konzentrieren und erkennen, dass letztlich alle Menschen gleich sind.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich hoffe, dass wir einen Weg finden, die Macht der Kreativität anzuerkennen, und dass wir uns so frei fühlen, dass sich unsere Geisteshaltung ändert – freies statt lineares Denken. Ich hoffe, dass wir unsere Esskultur beziehungsweise unsere Essgewohnheiten insofern verändern, dass sie nachhaltiger, positiver, dankbarer, einfallreicher, sinnlicher und genussvoller werden.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Wir müssen uns öffnen, den wahren Wert unseres Essens erkennen, freier denken und dankbarer für das sein, was wir haben.



THE MACHINE TO BE ANOTHER

BeAnotherLab

Wie sähe die Welt aus, wenn wir sie mit anderen Augen sehen könnten? Die *Machine To Be Another* versucht genau diesen Perspektivwechsel, indem sie Menschen virtuell in den Körper eines oder einer anderen schlüpfen lässt. Die Versuchsanordnung, entwickelt vom internationalen und interdisziplinär arbeitenden Kollektiv *BeAnotherLab* (vgl. S. 58), ist interaktiv und funktioniert über ein System aus Webcams, Virtual-Reality-Brillen und Kopfhörern. In Kombination mit Bewegungen und Berührungen, die synchron mit einer zweiten Person ausgeführt werden, lässt einen die eigene Wahrnehmung glauben, im Körper des Gegenübers zu stecken. Die *Machine To Be Another* ermöglicht Menschen mit körperlichen Einschränkungen die Erfahrung zu tanzen, im Körper anderen Geschlechts zu sein oder sogar Schmerz zu vergessen. Im Gegensatz zu ‚herkömmlichen‘ Virtual-Reality-Verfahren, mit denen man ausschließlich audiovisuell in andere Welten eintaucht, macht die *Machine To Be Another* den ‚Körpertausch‘ ganzheitlich sinnlich erfahrbar. Als Low-Budget- und Open-Source-Projekt ist die *Machine To Be Another* für Künstler_innen genauso wie für Wissenschaftler_innen ein leicht zugängliches, visionäres Werkzeug.

„DIE RELEVANZ DES KÖRPERS WIEDER IN DEN FOKUS RÜCKEN.“



Interkultureller Dialog lässt sich nur mit Geduld und Offenheit gestalten und gesellschaftlicher Wandel funktioniert nicht ohne Überwindung vorherrschender ökonomischer Paradigmen. In seinen Projekten setzt sich BEANOTHERLAB, ein internationales, interdisziplinäres Kollektiv, mit dem Verhältnis zwischen dem ‚Selbst‘ und dem ‚Anderen‘ auseinander. Innovative Techniken zur körperlichen Interaktion sollen die Erfahrung des ‚anderen‘ Körpers möglich machen – Experimente für ein menschliches Miteinander, unabhängig von sozialer Klasse, Geschlecht, körperlicher Konstitution oder Hautfarbe.



Sie arbeiten als interdisziplinäres Kollektiv. Welche Disziplin wird in Zukunft wichtiger werden als sie heute ist?

Die Interdisziplinarität selbst. Heute müssen wir uns mit Problemen abmühen, die nicht nur vielschichtig, sondern auch alle miteinander verwoben sind. Dass die Spezialisierung der Disziplinen immer feiner wird, ist eine unumkehrbare Entwicklung. Aus unserer Sicht ist das Lernen von und der Austausch mit anderen eine der wichtigsten Fähigkeiten einer jeden Disziplin. Denn gerade an den verschwimmenden Grenzen zwischen verschiedenen Wissensfeldern können neue und wichtige Ansätze entstehen.

Welche gemeinsame Vision treibt Sie an?

Unsere Motivation ist die kollektive Verantwortung im allgegenwärtigen Kampf gegen soziale Ausgrenzung, Unterdrückung und identitätsbezogene Konflikte. Deshalb konzentriert sich unsere Arbeit darauf, gemeinsam mit verschiedenen Gesellschaftsgruppen Tools und Methoden zu erforschen und zu entwickeln, von denen wir hoffen, dass sie soziale und gesellschaftliche Auswirkungen haben. Unsere Vision ist es, unser Konzept des ‚Andersseins‘ in ein Konzept des ‚Zusammenseins‘ zu verwandeln. Außerdem treibt uns das Bedürfnis an, radikal neue Strukturen zu schaffen, die es dieser Form kollaborativer, nicht-hierarchischer und interdisziplinärer Arbeit ermöglichen, einen Platz an den Rändern traditionellerer Strukturen einzunehmen.

Was ist notwendig, um die Zukunft gerechter zu gestalten?

Eine gerechte Zukunft muss von Grund auf gestaltet werden und auf Mitmenschlichkeit basieren.

Was bedeutet für Sie Inklusion?

Mit Skepsis beobachten wir, dass das Bemühen um Inklusion oft dazu führt, dass Menschen in bestehende Strukturen integriert werden, innerhalb derer sie aber relativ machtlos bleiben, anstatt die Hierarchien aufzulösen, die jene Ausschließungen erst hervorbringen. Vor diesem Hintergrund setzen wir uns ständig damit auseinander, wie sich in der Praxis der jeweilige Kontext überwinden, steuern, unterlaufen, herausfordern und hinterfragen lässt.

Welche Rolle spielen der Körper und Körpererfahrung noch in der Zukunft angesichts zunehmender Digitalisierung?

Das zunehmende Gefühl der Entkörperung und des Sich-nicht-verorten-Könnens, ausgelöst durch die Verbreitung digitaler Technologie, hat die zeitliche Kontinuität unserer Wahrnehmung von Körper und Raum ausgehöhlt. Dennoch ist es immer noch unser Körper mit seinen besonderen sensomotorischen Eigenschaften, der diese Entwicklung wahrnimmt. Mit dem Fortschreiten technischer Möglichkeiten wird es auch weiterhin die Bestrebung geben, eben diese besonderen Eigenschaften zu verstehen, sie zu Daten zu verarbeiten und zu manipulieren – Tendenzen, die wir bereits jetzt in Bereichen der Data Science, der Überwachung und des Marketings beobachten können, mit dem Körper als zentralem Austragungsort. Gleichzeitig haben viele der technologischen und philosophischen Entwicklungen in den letzten Jahren unsere körperliche Interaktion zu einem zweitrangigen Element unserer Wahrnehmung verkommen lassen; politisch spiegelt es sich in der Form wider, dass das Abstrakte wesentlich profitabler geworden ist als das Materielle.

Für die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft ist es essenziell, dass hinsichtlich unserer Werte und unserer technisch-wissenschaftlichen und ontologischen Entwicklung die Relevanz des Körpers wieder in den Fokus rückt.

Sie kommen nicht nur aus unterschiedlichen Disziplinen, sondern auch aus den unterschiedlichsten Ländern. Was ist die Basis für interkulturellen Dialog?

Strukturell gesehen braucht es nicht-hierarchische Strukturen und einen neutralen und flexiblen Kontext. Auf individueller Ebene ist ein konstruktiver Dialog ohne Geduld, Demut und die Offenheit der Beteiligten gegenüber Veränderungen unmöglich.

Welche Rolle werden Parameter wie Herkunft, Geschlecht, sexuelle Orientierung, körperliche Einschränkungen und Alter in der Zukunft (noch) spielen?

Diese Faktoren waren, genauso wie Aspekte der sozialen Klasse und materielle Werte, seit jeher ausschlaggebend für unsere Existenz. Die explizit reaktionäre kulturelle Wende, die wir in Folge einer Aneignung des LGBT¹-, feministischen und antirassistischen Kampfes durch Gesellschaft und Medien feststellen können, zeugt von einer zunehmenden Intensivierung des Konflikts. Allerdings entwickelt sich zeitgleich mit dieser Verschärfung in der Öffentlichkeit ein immer stärkeres Bewusstsein für gesellschaftliche Vielfalt.

Werden die Differenzen zwischen den Menschen größer oder kleiner?

Materielle Unterschiede sind nicht statisch, sondern werden vielmehr durch dominante kulturelle, politische und gemeinschaftliche Kräfte permanent bestätigt, die dadurch ihrerseits ihre Differenz und Macht durch verschiedene Formen der Unterdrückung determinieren. Während diese Differenzen variieren und sich immer wieder neu zusammenfügen, lässt sich auf globaler Ebene ein Trend zu immer größerer sozialer Ungleichheit erkennen. Obwohl die Globalisierung digitaler Technologie und sozialer Netzwerke eigentlich eine einzigartige Möglichkeit bieten würde, Menschen weltweit zu verbinden, zeigt sich, dass die individualistische Logik dieser Algorithmen ideologische Feedbackschleifen erschaffen hat, die uns noch weiter voneinander entfernen. Wir beobachten, wie schnell sich reaktionäre Rhetorik und Xenophobie über vernetzte Kulturen verbreiten, durch die Unterschiede als Konflikte determiniert werden.

Was ist die wichtigste Eigenschaft für die Bewältigung künftiger Herausforderungen?

Vereinfacht könnte man sagen, die Mehrheit unserer kollektiven Herausforderungen, egal ob sie ökologisch, geopolitisch oder sozial bedingt sind, resultieren

aus der Gier nach Profitmaximierung. Das Paradoxe daran ist, dass aktuelle Bemühungen, diesen Herausforderungen zu begegnen, von eben dieser Logik geleitet werden. Echte Lösungen können nur jenseits dieses Paradigmas entstehen. Um mit dieser drängenden Problematik zukünftig fertigzuwerden, müssen wir uns in radikaler Kreativität üben.

Sie arbeiten mit Technologien, die das Eintauchen in virtuelle Realitäten ermöglichen. Kann die Illusion, in den Körper einer oder eines anderen zu schlüpfen, eine Erfahrung sein, die unsere Gesellschaft tatsächlich verändert?

Ja, das ist die Hypothese, mit der wir uns befassen und auf die unser Arbeiten ausgerichtet ist. Es spricht einiges dafür, dass umfassende Körpererfahrungen das Potenzial haben, tiefsitzende Vorurteile und Einstellungen zu verändern. Das Hauptziel unserer Arbeit ist es, sich dieser Hypothese durch verschiedene sich ergänzende Ansätze anzunähern. Wir wollen verstehen, was dieses Phänomen ausmacht, wie es gemessen und gesteigert werden kann. Die Frage ist dann, welcher Kontext sich am besten für die Einführung von Techniken zur messbaren langfristigen Verhaltensänderung eignet. Projekte wie die *Machine To Be Another* (vgl. S. 56) zeigen, dass Identität formbar ist – sie sind aber nur der erste kleine Schritt; langfristig liegt der Fokus unserer Bestrebungen darauf, eine Möglichkeit zu finden, dies auch auf unsere ‚reale‘ Lebenswelt anzuwenden.

Mit Menschen aus welcher Disziplin würden Sie in Zukunft gerne zusammenarbeiten?

Die meisten unserer Kollaborationen entstehen, wenn Expert_innen aus anderen Feldern einen Zusammenhang zu unserer Arbeit sehen und mit uns in Dialog treten. Wir sind offen für Kollaborationen mit allen Disziplinen und Individuen, die sich gemeinsam weiterentwickeln und Neues entdecken wollen.

1 → *LGBT* (auch *GLBT* und *LSBTTIQ*) ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian, Gay, Bisexual und Transgender, also Lesben, Schwule, Bisexuelle und Transgender.

Welche Entwicklungen in Kunst oder Wissenschaft haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Die Einführung von Ethikkommissionen in wissenschaftlichen Feldern und die Bedeutung, die der Ethik und der Bioethik in der wissenschaftlichen Forschung beigemessen wird, sind visionäre Entwicklungen, die unbedingt weiter vorangetrieben werden sollten. Die Wissenschaften der Zukunft sollten nicht von privaten oder wirtschaftlichen Werten und Interessen geleitet werden, sondern von sozialen und ökologischen. Dabei ist die Kritik an technisch-wissenschaftlichen Innovationen, die Wissenschaftler_innen aus nachhaltigen und sozialen Beweggründen anbringen, eine der vielleicht wichtigsten Tendenzen, die sich verbreiten muss.

In der Kunst beobachten wir einen Trend zur Aneignung fortschrittlicher Technologien, und zwar in einem Kontext, in dem diese Werkzeuge auf sich selbst gerichtet werden. Dadurch öffnet sich ein neuer Raum, in dem eine kritische politische und philosophische Auseinandersetzung mit dem Einfluss der Technologie auf das Leben der Menschen stattfindet. Dieser Raum interdisziplinärer künstlerischer Praxis ist für uns ein Laboratorium für mögliche Zukünfte.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass die gegenwärtige beispiellose strukturelle Krise den Übergang in ein neues – dringend notwendiges – globales Gleichgewicht ermöglicht haben wird. Und zwar ohne dabei die für die Menschheit essenziellen lebenserhaltenden Infrastrukturen zu zerstören und die Welt in einen globalen Krieg zu stürzen.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Privilegierte Gesellschaftsschichten müssen akzeptieren, dass sie einen wesentlichen Teil der Verantwortung für einen positiven Wandel tragen. Sie sind es, die Alternativen schaffen müssen, die nicht länger auf postkoloniale Formen von Ausbeutung und Unterdrückung gründen.



SPUR

Julia Danckwerth

2050 leben in Deutschland voraussichtlich drei Millionen Demenzkranke. ‚Smart Health‘-Systeme können dabei helfen, das Leben mit Demenz als eine der folgenschwersten und betreuungsintensivsten Alterskrankheiten zu verbessern. Julia Danckwerths Projekt *spur* nutzt dafür Kleidung als Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine, um die Selbstständigkeit der Betroffenen möglichst lange Zeit aufrechtzuerhalten und die Lebensqualität der Erkrankten und ihren Angehörigen zu steigern. Das Assistenzsystem besteht aus modularen Sensoren, die in jedes bereits vorhandene Kleidungsstück integriert und auch

wieder entfernt werden können. Gemeinsam mit der *Alzheimer-Gesellschaft Berlin* hat die Modedesignerin Danckwerth fünf Kernfunktionen entwickelt, die zur Sicherheit der Nutzer_innen beitragen: eine Notruffunktion, die durch eine einfache Berührung aktiviert wird und ein Signal an eine hinterlegte Nummer sendet, automatische Sturzerkennung, eine ‚Nearby‘-Funktion, die per Bluetooth und haptischem Feedback verhindert, Erkrankte aus den Augen zu verlieren, außerdem die Möglichkeit, elektronische Geräte zu verriegeln sowie eine Ortungsfunktion, die beim Verlassen eines definierten Schutzraumes anschlägt.

„ENTFALTUNG GESTALTEN!“



Um gemeinsam an einer lebenswerten Zukunft zu arbeiten und der politischen Relevanz von Gestalter_innen heute einen konkreten Ausdruck zu verleihen, gründeten 13 Design-Student_innen der *Hochschule für angewandte Wissenschaften München* im Sommersemester 2015 die PARTEI DER OPULENZ. In einer Welt, die vom Konsum dominiert ist, sehen sie für Designer_innen ihrer Generation eine große gesellschaftliche Verantwortung.



Opulenz statt Verzicht?

Der Begriff Opulenz scheint auf den ersten Blick das genaue Gegenteil zum vermeintlich trostlosen Verzicht zu sein. Er eignet sich somit hervorragend, um unserer Haltung Gehör zu verschaffen und Diskussionen anzustoßen. Unser Ziel ist es, diesen Begriff von seiner negativen Konnotation zu befreien und unbegrenzt zu erweitern. Nach unserem Verständnis ist Opulenz keine Dekadenz, Verschwendung oder Prunk. Opulenz ist das positive ‚Mehr‘, das uns durch eine bewusste Lebensweise bereichern kann. Der Gewinn an Lebensqualität durch ein genügsames Leben ist kein Verzicht, sondern pure Opulenz.

Sie sind eine Generation von Nachwuchsdesigner_innen. Was muss sich in diesem Feld Ihrer Meinung nach – auch hinsichtlich der Lehre – für die Zukunft ändern?

Bereits heute kommt kaum ein Unternehmen mehr um die Auseinandersetzung mit Themen wie Nachhaltigkeit im Sinne von Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Erfordernisse herum. Dadurch wird die Aufgabe von Designer_innen als Vermittler_innen zwischen Unternehmen und Konsument_innen zunehmend unverzichtbarer und komplexer. Interdisziplinär denkende und arbeitende Designer_innen sind gefragt denn je.

Durch Module im Lehrplan wie Design Thinking, Designkritik, Designvermittlung, Ökologie und Nachhaltigkeit, Globalisierung und Interkulturalität, Zukunftsstrategien und ähnliche interdisziplinäre, weitsichtige und generalisierende Themen, ergeben sich jenseits des klassischen Designs immer wichtiger werdende Optionen im Design- und Arbeitsbereich der Zukunft sowie im Designmanagement. Nachhaltiges Design ist eine Zukunftsbranche.

In welchen (aktuellen) Design-Projekten zeigt sich Ihrer Meinung nach diese neue Rolle des Designers?

Ein aktuelles, spannendes Beispiel, in dem diese neue Rolle verdeutlicht wird, ist *Sarrox* vom Kollektiv *Unnumwunden*: Ausgehend von den absehbaren Konsequenzen des Klimawandels und der wachsenden Weltbevölkerung entwickelt das Label mit Hilfe von Bionik und Nanotechnologie krisensichere Westen für die Zukunft der westlichen Welt. Mit dem Projekt wird eine Vision geschaffen, wie die Gesellschaft mit verschiedenen globalen Krisen umgehen könnte und diese übersteht.

Für welche Zukunft werden wir uns rüsten müssen?

Steigende Meeresspiegel werden auch hierzulande Überflutungen auslösen und im Zuge dessen Infrastrukturen bedrohen. Energiekrisen sind absehbar. Exzessive Ressourcenausbeutung wirkt sich direkt auf unsere Atemluft aus. Das ist in den Megametropolen Asiens bereits Wirklichkeit.

Die Zukunft wird zeigen, ob wir mit unseren technologischen Möglichkeiten das alltägliche Resilienzpotenzial des Individuums steigern können. Rüsten sollten wir uns dafür auf jeden Fall, wenn auch vorerst nur mental.

Sie sagen, Designer_innen sind keine Politiker_innen. Angenommen, es wäre doch der Fall, mit welchem Spruch würden Sie im nächsten Wahlkampf werben?

Doch! Die Gründung dieser Partei ist ja als konkreter Ausdruck unserer politischen Relevanz als Gestalter_innen zu verstehen. Jeder Mensch handelt politisch, sofern sein Handeln Einfluss auf die Gesellschaft hat. Durch die Designindustrie, beispielsweise durch die Gestaltung von Produkten und von Werbung, wird massiv in das öffentliche Leben eingegriffen. Dieser Einfluss macht Design politisch. Einen Slogan haben wir auch schon. Er lautet: „Entfaltung gestalten“ und ist Teil unseres Logos.

Sie sprechen von der Vision der perfekten Gesellschaft, von einer angestrebten Entfaltung auf allen Ebenen. Welche Methoden, Werkzeuge und Praktiken aus dem Designbereich könnten auch auf die Gesellschaft angewandt werden, um bei der Realisierung dieser Vision mitzuwirken?

Wir brauchen zur Realisierung eines erfolgreichen Projektes vor allem einen Blick für das große Ganze und ein Verständnis für komplexe Zusammenhänge. Ein solcher Weitblick und ein Bewusstsein über die Reichweite und Folgen eines Handelns im Kleinen und jedes Einzelnen muss entstehen, um überhaupt erst ein Umdenken und so eine gesellschaftliche Veränderung anstoßen zu können.

In den Projekten der Partei der Opulenz geht es oft weniger um die Entstehung eines Produkts, als vielmehr um die Handlung an sich. Kann eine Aktion Design sein? Wie weit geht dieser Begriff für Sie?

Unbedingt geht es vorrangig um die Handlung selbst, insbesondere auch um die Haltung! Design hat sich über die Jahre immer weiterentwickelt. Das merkt man auch an der Lehre: Begriffe wie Social Design, Transformation Design, Service Design und Design Thinking haben sich etabliert. Oft geht es hier nicht mehr um ein konkretes Produkt, sondern weit darüber hinaus. Es geht um Zusammenhänge, um Anpassung und um (Benutzer_innen-)Erfahrungen, vielleicht auch um (Kund_innen-)Erziehung und Sensibilisierung (im Sinne der Opulenz). Deswegen sehen wir hier Aktionen ganz klar auch als Design an.

Die Gesellschaft wird immer älter und gerade in der Politik werden Entscheidungen in der Regel von Menschen getroffen, die aus Ihrer Eltern- oder Großelterngeneration stammen. Welche Herausforderungen ergeben sich dadurch für junge Menschen, insbesondere für junge Designer_innen?

Das Problem existiert, es zeigt sich ganz aktuell am Beispiel des Brexits. Viele junge Menschen haben sich aus verschiedenen Gründen nicht oder kaum in die

Abstimmung eingebracht. Die Folge davon war eine hohe Wahlbeteiligung älterer Jahrgänge mit dem Ergebnis, dass Großbritannien nun die EU verlässt. Die Auswirkungen dessen müssen aber natürlich nachfolgende Generationen tragen.

Auch hier gilt es wieder zu sensibilisieren: das Bewusstsein zu schärfen für mögliche Szenarien, Verknüpfungen zu schaffen zwischen den Generationen, gemeinsame Interessen zu erarbeiten und Ziele zu verfolgen. Designer_innen als Vermittler_innen. Egal ob in der Gesellschaft oder in der Politik.

Welche politische oder ökonomische Entwicklung der letzten Jahre war Ihrer Meinung nach besonders visionär?

Es gibt jede Menge Beispiele für wünschenswerte und visionäre Entwicklungen in den letzten Jahren: Energiewende, Klimakonferenz, Elektroautos – um ein paar große Projekte zu nennen. Die *Partei der Opulenz* aber ist der Meinung, dass man am besten im Kleinen beginnt. Kleine vernetzte Projekte, ganz nach dem Motto: „Slow – Local – Open – Connected“ (SLOC), funktionieren nämlich ganz direkt, jeder kann so seinen Beitrag leisten.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Unsere Vision von einer lebenswerten Zukunft ist die der Entfaltung auf allen Ebenen: Alles was atmet, lebt, wächst, krecht und geht, soll Raum zur Entfaltung haben. Sie darf so weit gehen, wie sie die Entwicklung anderer nicht beschneidet. Die absolute Entfaltung ist das harmonische Zusammenspiel der größtmöglichen Potenzialausschöpfung von Natur und Mensch. Sie gilt es zu ermöglichen und zu gestalten.

Deswegen wäre beispielsweise ein großer Wunsch, dass alle Länder anfangen, den Klimawandel und den Umweltschutz ernst zu nehmen. Schön wäre es, wenn wir es in 20 Jahren geschafft hätten, die Erderwärmung aufzuhalten.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Wir werden nicht umhinkommen, unseren Lebenswandel grundlegend zu überdenken. Wir müssen weg von einem expansiven, hin zu einem reduktiven Kulturmodell. Eine Lebensweise, die die natürlichen Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren können, ist ein Gewinn für Mensch und Natur. Eine Lebensweise, die nicht die Geldbeschaffung und das Streben nach Besitz in den Mittelpunkt stellt, sondern die eigene Entfaltung und die körperliche sowie geistige Gesundheit, bietet für jeden Einzelnen von uns einen großen Mehrwert.

Das bedeutet, dass sich noch ganz schön viel ändern muss, vor allem aber, dass man bei sich selbst anfangen muss. Man sollte sein Handeln jederzeit reflektieren und gegebenenfalls korrigieren, bewusst leben im Einklang mit den Mitmenschen und der Natur.



CITY eTAXI

Kein Lärm, keine Abgase, ökologisch sinnvoll, weniger Abhängigkeit von fossiler Energie und mehr Freiraum in den Städten: In der Elektromobilität stecken enorme Potenziale, ihre Weiterentwicklung ist ein zukunftsweisendes Thema. Um den Umstieg effizient und kostengünstig zu gestalten, haben Vordenker_innen aus zehn Unternehmen eine überzeugende Alternative zum motorisierten Individualverkehr entwickelt. Innerhalb des Projekts *Adaptive City Mobility (ACM)* entstand mit dem *City eTaxi* ein besonders leichtes Elektrofahrzeug, das von acht handlichen Akkus angetrieben wird, die dank eines neuartigen Wechsel-systems schnell und einfach ausgetauscht werden können. Die Gestaltung des *City eTaxi*s, umgesetzt von dem Designer Peter Naumann (vgl. S. 72), orientiert sich an der Funktion des Autos: Das Layout des Innenraums erlaubt den Fahrgästen einen freien Blick nach vorne am mittig sitzenden Fahrer vorbei. Mit drei Sitzen, dem sogenannten ‚Backpack‘ als Kofferraum und durchgängigen Plexi-Glastüren ist das Fahrzeug ein wahres Raumwunder. Das *City eTaxi* soll im urbanen Raum als Taxi, im Rahmen von Sharing-Angeboten oder als Service- und Logistikfahrzeug eingesetzt werden. Das Projekt wird vom *Deutschen Bundesministerium für Wirtschaft und Energie* gefördert und geht ab 2017 in München in den Praxistest.

„ICH BIN SICHER,
DASS IN 20 JAH-
REN AUCH UNSERE
AUTOS FLIEGEN
KÖNNEN. WIR
MÜSSEN LERNEN,
DAS UNMÖGLICHE
ZU DENKEN.“



Das Fahrrad ist für den Designer PETER NAUMANN zwar bis heute das beste Fortbewegungsmittel in der Stadt, in seiner Arbeit befasst er sich vor allem aber mit Elektromobilität und dem autonomen Fahren und wagt dabei kühne Ausblicke. Intelligente Systeme werden den Transport in die Hand nehmen, und ehemalige Verkehrsflächen werden in den Städten Stück für Stück als Lebensraum zurückerobert. Für Designer_innen stellen sich auf dem Weg dahin derweil ganz wesentliche Fragen hinsichtlich Ressourcen, Umwelt, Ethik. Für neue Wertesysteme müssen neue Gestaltungen entwickelt werden.



Alle reden von Vernetzung, Kommunikation und Verbindungen. Meist jedoch geht es immer noch in erster Linie um die digitale Welt des Internets. Wie bewegen sich die Menschen in der realen Welt der Zukunft, wie wird transportiert?

Intelligente und lernende Systeme werden den Transport von Menschen und Gütern übernehmen. Wir werden einen Wettstreit von unterschiedlichsten Dienstleistungen erleben, aus denen die Nutzer_innen je nach Bedürfnislage ihre Wahl treffen. Dabei geht es nicht nur um Straße oder Schiene, sondern auch um den Verkehr in der Luft.

Welches ideale Szenario urbaner Mobilität schwebt Ihnen vor?

Das Fahrrad ist in meinen Augen nach wie vor eine der besten Möglichkeiten, um in urbanen Räumen schnell Distanzen zu überwinden. Dazu kommt ein Potpourri aus multimodal vernetzten Angeboten der öffentlichen Verkehrsanbieter, Taxi-Services und autonomen Privat- und Sharing-Fahrzeugen. Ideal wäre es, wenn als Resultat viele der innerstädtischen Parkplätze unserem Lebensraum zurückgegeben würden.

Welche Partner braucht es, um das zu erreichen?

Die wichtigste Rolle spielen die Kommunen und deren Verkehrsbetriebe. Sie stellen die Spielregeln auf und bestimmen, wer wann, wie und wo die Verkehrswege nutzen darf. Um sich aus dem Verkehrsinfarkt zu befreien, sind letztlich politische Weichenstellungen nötig. Die Industrie wird sich auf diese veränderten Rahmenbedingungen schnell einstellen.

Wie werden sich unsere Städte durch die neuen Konzepte von Mobilität verändern?

Unsere Städte werden ein neues Selbstbewusstsein entwickeln und mit der wiedergewonnenen Lebensqualität für sich werben. Sie werden sich urbane Flächen Stück für Stück zurückerobern und nicht mehr nur auf steigende Verkehrszahlen reagieren. Ich wünsche mir vor allem Investitionen in großzügige und sichere Fahrradwege.

Welche ernst zu nehmenden Treibstoffe wird es geben, wenn das Öl versiegt?

Das ist sehr schwer vorherzusagen. Elektrizität und Wasserstoff haben großes Potenzial. Letztlich ist aber die Frage nach dem Treibstoff zweitrangig. Viel

wichtiger ist die Frage, wie Mobilität in der Zukunft organisiert wird und welche Geschäftsmodelle sich durchsetzen werden.

Was könnte die Stelle des Statussymbols Auto einnehmen?

Alles verliert einmal seinen Glanz und wenn der Kauf eines Autos durch bessere Angebote keinen Sinn mehr macht, verändern sich gesellschaftliche Phänomene. Menschen lieben es, bestimmte Dinge zu besitzen und eine persönliche Beziehung zum Objekt zu entwickeln. Vielleicht wird Lebenszeit das zukünftige Statussymbol. Erlebnisse und Erinnerungen sind ein besonders kostbares Gut.

Welche neuen Ideen vom Fahren entwickeln sich gerade?

Das autonome Fahren wird unsere Mobilität revolutionieren. Die Möglichkeiten, ohne Anstrengung unterwegs zu sein, eröffnen ganz neue Optionen. Die Fahrzeit kann ganz individuell genutzt werden, um Dinge zu erledigen, die sonst zu Hause oder bei der Arbeit stattfinden. Wenn ich möchte, kann ich wesentlich mehr unterwegs sein, als das heute der Fall ist.

Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Gestaltung von Fahrzeugen?

Fahrzeuge werden noch viel mehr ein Teil unseres Lebensraums. Dabei spielt die Innenraumgestaltung eine viel größere Rolle als das Exterieur. Das Cockpit wird sich zu einer Lounge entwickeln. Der Fahrgast wird viel bequemer sitzen oder auch liegen können.

Mit welchen Themen müssen sich Designer_innen heute befassen?

Viel wichtiger als die Gestaltung des Fahrzeugs wird die Interaktion zwischen Nutzer_in und Objekt. Welche Bedürfnisse werden adressiert und wie benutzerfreundlich funktioniert der Service dieser Nutzung? Interaction Design und Service Design werden enorm an Bedeutung gewinnen.

Hat sich da etwas seit Ihrer Ausbildung fundamental verändert?

Für uns war ein eigenes Auto ein Must-have. Wir haben davon geträumt. Für meine Studierenden ist ein eigenes Automobil längst nicht mehr so bedeutend. Auch die emotionale Bindung zu Produkten generell ist nicht mehr so tief. Für viele junge gut ausgebildete Menschen spielen Fragen nach einer lebenswerten und nachhaltigen Zukunft eine besonders wichtige Rolle.

Im Hinblick auf das Thema Mobilität: Auf welche Frage hätten Sie gerne mal eine Antwort?

Was passiert mit den vielen Millionen Automobilen, die jedes Jahr in den Markt gepresst werden, wenn der private Besitz von Fahrzeugen von attraktiven Serviceangeboten abgelöst wird? Ich hoffe auf umfassendes Upcycling.

Was müssen Designer_innen mitbringen, um sich dem komplexen Thema Mobilität angemessen stellen zu können?

Sie müssen ganz neu denken lernen und alles bis dato Dagewesene radikal in Frage stellen können.

Was heißt das konkret für die Design-Ausbildung an der Hochschule?

Die althergebrachten handwerklich orientierten Arbeitstechniken des Automobil-designs werden an Bedeutung verlieren. Die Studierenden müssen sich mit Nutzer-szenarien beschäftigen und intelligente Konzepte für eine nachhaltige Mobilität entwickeln. Sie müssen genau verstehen, was der zukünftige Fahrgast erwartet.

Was bewegt die Studierenden besonders, die sich dem Thema Mobilität und Fahrzeug-design widmen?

Meine Studierenden sind besorgt, was Themen wie Umweltschutz, Ressourcenverschwendung, Überbevölkerung und Ungerechtigkeit betreffen. Sie möchten an Lösungen arbeiten, die auch ihre Zukunft berücksichtigt.

Welche Entwicklungen, Produkte oder Maßnahmen haben Sie in der letzten Zeit durch ihren visionären und zugleich anwendungsorientierten Gehalt besonders beeindruckt?

Autonome Fahrzeuge sind technisch besonders anspruchsvoll und bieten sehr spannende Fragestellungen auch in der Gestaltung. Die Aussicht, dass auch Menschen mit körperlichen Einschränkungen mobil sein können, finde ich besonders faszinierend.

Was ist ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich beschäftige mich seit meinem Studium auch mit dem Fliegen. Ich bin sicher, dass in 20 Jahren auch unsere Autos fliegen können.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Alles ändert sich rasend schnell und vieles, was wir uns verbieten zu denken, ist vielfach schon sehr nahe an der Realität. Wir müssen lernen, das Unmögliche zu denken.

DIGESTIVE CAR

Yiwen Tseng

Was kommt nach dem Öl? Und was haben Rindermägen mit Autos zu tun? Das vielschichtige Verdauungssystem der Nutztiere dient der Designerin Yiwen Tseng als zukunftsweisendes Modell für eine ganz neue Technologie. Sie hat ein Konzept entwickelt, das in naher Zukunft ebenso kritisch wie raffiniert eine umweltfreundliche Antwort auf das globale Problem der Treibhausgasemission sein könnte. Mit ihrem spekulativen Vorschlag denkt Tseng auch eine andere Zukunftstechnologie weiter: Über Bioprinting, ein Verfahren zum Drucken lebendiger Substanzen, könnten alle vier Rindermägen – Rumen, Omasum, Reticulum und Abomasum – nachgebildet werden. Durch den simulierten Verdauungsprozess würde das Gras, mit dem Tsengs Fahrzeug der Zukunft gefüttert wird, in einen biologischen Treibstoff umgewandelt. Umweltschädliche Gase, die durch die massenhafte Verbreitung von Rindern weltweit einen hohen Anteil einnehmen, würden mit der Idee des Digestive Car ins Positive gekehrt: Statt giftiger Emissionen wäre Tsengs Variante biologisch abbaubar und könnte als umweltfreundliches Düngemittel ohne Bedenken wieder an die Umwelt zurückgegeben werden.



„DAS MUSEUM MUSS DIE HERAUSFORDERUNGEN DER ZEIT ERKENNEN.“



Mit Tendenzen wie Social Design, Service Design oder Transformationsdesign umzugehen und damit nicht mehr ausschließlich Objekte, sondern auch Prozesse und Narrative zu sammeln, wird eine der großen künftigen Aufgaben für Designmuseen. ANGELIKA NOLLERT, Leiterin der *Neuen Sammlung* München und damit Hüterin der größten Designsammlung weltweit, stellt sich dieser Herausforderung schon heute, indem sie synästhetische Phänomene in die Kollektion integriert. Damit das Museum auch in der Zukunft seinen berechtigten Platz hat, muss es sich nicht nur mit visionären Themen auseinandersetzen, sondern auch zu einer Plattform gesellschaftlicher und politischer Diskurse werden.



Welchen Platz hat die Zukunft im Museum?

Einen großen. Das Museum muss sich mit zeitgenössischen und mit visionären Themen auseinandersetzen. Der Blick muss immer nach vorne gerichtet sein, sowohl für die thematischen Belange als auch für Fragen nach Präsentation und Vermittlung. Auch historische Themen können so auf die Zukunft verweisen.

Und welchen Platz hat das Museum in der Zukunft?

Ebenfalls einen großen. Das Museum muss die Herausforderungen der Zeit vor dem Hintergrund einer sich deutlich wandelnden Gesellschaft erkennen. Dann wird es zu einer wichtigen Plattform nicht nur kultureller, sondern auch sozialgesellschaftlicher und politischer Diskurse.

Sie sind ‚Hüterin‘ der größten Designsammlung der Welt mit mehr als 100.000 Objekten. Welchen Platz hat ‚immaterielles‘ Design, etwa Social Design, Service Design oder Transformationsdesign, in einem Museum?

Das Sammeln ist traditionell an das Objekt gebunden. Unser großartiger Schatz an Objekten ist Zeugnis unserer Alltagskultur und daher außerordentlich wichtig für das visuelle Gedächtnis. Aber gerade im Design sind auch synästhetische Phänomene ganz wesentlich. Daher bauen wir aktuell ein Soundarchiv auf, das wir den Besuchern als ‚akustisches Design‘ anbieten werden. Immaterielles Design und damit auch Narrative und Prozesse zu sammeln, kann nur über eine dingliche Ebene erfolgen. Ein Computerprogramm braucht immer eine Lade-station oder einen Speicherplatz. Dies ist kompliziert, aber wir stellen uns dieser Herausforderung.

Wer entscheidet, was visionär beziehungsweise visionäres Design ist?

Das wird die Gesellschaft entscheiden. Das Museumsteam entscheidet für die Sammlung, immer auch unter den Kriterien von Innovationspotenzial und guter Gestaltung.

Entscheidet sich erst im Museum – also in der Rückschau – was zu einem gegebenen Zeitpunkt visionär war?

Es entscheidet sich nicht, aber es bestätigt sich. Wir konnten gerade das sogenannte *Futuro* (vgl. S. 82) erwerben, das erste industriell produzierte Kunststoffhaus von Matti Suuronen aus dem Jahr 1968. Es galt schon damals in seiner Ufo-Gestalt als außerordentlich visionär. Dies ist es bis heute geblieben, denn diese Vision eines mobilen Hauses für temporäre Einsätze, auch auf unwegsamem Gelände, ist bis heute von großer Aktualität.

Was hat Ihre Liebe zum Design entfacht?

Durch viele Museumsbesuche hatte ich bereits als Schülerin eine große Affinität zu angewandter Kunst. Als Studentin konnte ich für ein Museum Auktionen für angewandte Kunst besuchen und eine Jugendstilausstellung einrichten. Zunehmend habe ich mich dann auch für die Gegenwart und damit für Design interessiert.

Was kann Design, was Kunst nicht kann?

Design und Kunst fußen auf dem gleichen sozialgesellschaftlichen, politischen und kulturellen Humus – wie alle anderen Künste auch. Design im Vergleich zur bildenden Kunst kann schneller reagieren, indem es nützliche sowie notwendige Gestaltungen auf aktuelle Fragestellungen leistet. Es kann damit deutlich unmittelbarer auf die Nutzer reagieren und einwirken. Die Rezeption von bildender Kunst kann zu einer Entwicklung der eigenen Persönlichkeit und Haltung führen. Die Rezeption von Design kann dies natürlich auch, besitzt durch den zusätzlichen, wesentlichen Aspekt der Anwendung und Nutzung aber eine weitere wichtige Ebene der Auseinandersetzung über den Gebrauch.

Was unterscheidet eine gute von einer visionären Erfindung?

Eine gute Erfindung sollte funktionieren und dem Menschen dienen. Eine visionäre Erfindung sollte funktionieren und gesellschaftliche Bedeutung erlangen.

Wie praktikabel muss visionäres Design sein?

Visionäres Design sollte immer praktikabel sein, sonst bleibt es ein visionäres Konstrukt.

Was fehlt Ihnen im Hier und Heute?

Ich denke nicht an Fehlstellen, sondern an das Potenzial der Gegenwart.

Welches Exponat aus der *Neuen Sammlung* hat Ihrer Meinung nach die Gegenwart am nachhaltigsten beeinflusst?

Ich denke da an Auto, Telefon und Computer. In unserer Sammlung haben wir zahlreiche Beispiele aus diesen Bereichen, also: Mobility, Communication Design und Computer Culture, wobei uns dabei nicht das jeweils erste Exemplar interessiert, sondern gut gestaltete Objekte, die das Phänomen unter bestimmten Designaspekten spiegeln.

Gefragt nach drei Best-Practice-Beispielen aus dem Design. Welche überzeugten Sie besonders und warum?

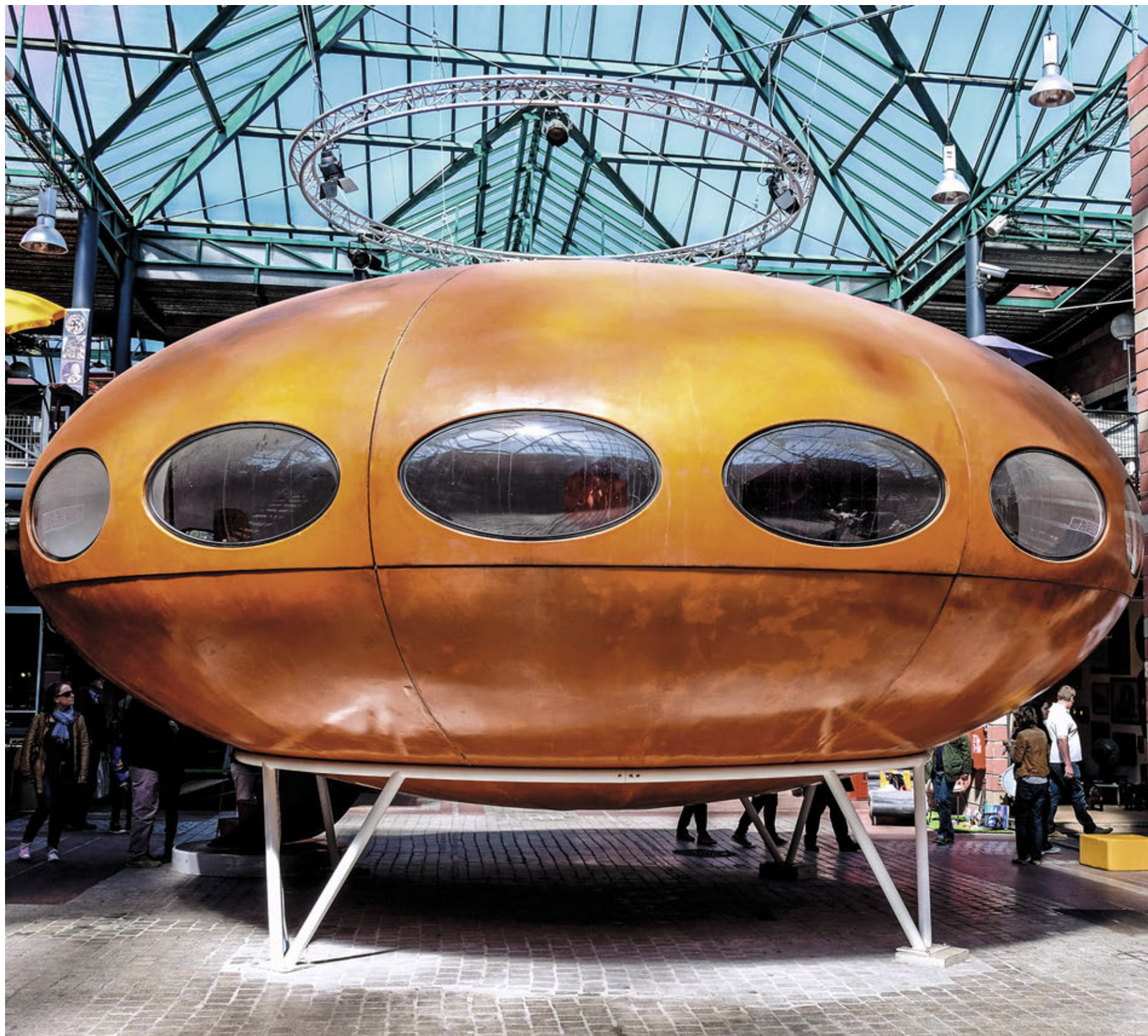
Es gibt viele Beispiele, die zu nennen wären. Es seien hier Beispiele aus der Produktion, der Anwendung und dem Prozess genannt: das Biegen von Holz, das Thonet zu einem Erfolgsunternehmen machte. Es ermöglichte eine neue Formensprache und ist ein Sinnbild von Materialeffizienz. Die Idee des Upcycling – auch hier ein aktuelles Beispiel von Werner Aisslinger aus unserer Ausstellung: das Car Cover gibt dem alten Auto ein neues Gewand und erspart den kostspieligen und ökologisch aufwendigen Neukauf eines Autos. Das Entwerfen mit Tape Rendering, eine Darstellungstechnik des Transportation Designs, das ein Herantasten an die finale Form als Eins-zu-eins-Modell ermöglicht.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Frieden.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Die Menschen.



FUTURO

Matti Suuronen

Eines der markantesten Beispiele für visionäres Wohnen kommt aus der Vergangenheit: *Futuro* – ein mobiles, ellipsenförmiges Haus aus glasfaserverstärktem Kunststoff. Was anmutet wie ein Raumschiff auf Stelzen, wurde 1965 vom finnischen Architekten Matti Suuronen entworfen und weltweit etwa 100-mal gebaut – als flexible Unterkunft, die per Hubschrauber auch in unwegsames Gelände gebracht werden kann. Auf knapp 50 Quadratmetern beherbergt das Raumwunder, das dank seines geringen Volumens auch schnell zu beheizen ist, einen wahren Wohnlandschaftstraum: Neben einem Schlafbereich für zwei Personen, einer offenen Küchenzeile, einer Nasszelle inklusive Dusche und Toilette lädt ein mittig platzierter offener Kamin, um den sich futuristische Liegesessel gruppieren, zu Geselligkeit ein. Die durchdachte Funktionalität von *Futuro* ist auch 50 Jahre nach dessen Geburtsstunde aktueller denn je. Entwürfe wie Werner Aisslingers *LoftCube* sowie die Tiny House-Bewegung führen heute das Bedürfnis nach bezahlbarem und flexiblem Wohnraum noch radikaler fort. Obwohl Suuronens mobiles Haus in puncto Nachhaltigkeit schon seit der Ölkrise 1972 nicht mehr mithalten kann, strahlen Idee und Form von *Futuro* den Geist einer geliebten Utopie bis heute aus.



DAS SCHMALE HAUS

Andreas Meck

Wie viel Platz brauchen Visionen? Manchmal können sie sich ganz klein machen am Rande der Stadt. Das Wohnhaus des Architekturkritikers Gerhard Matzig (vgl. S. 86) in der Peripherie Münchens sieht aus, wie Kinder Häuser zeichnen. Realisiert vom Architekten Andreas Meck, erinnert der schwarz gestrichene kompakte, schmale Baukörper mit steilem Satteldach an einen in die Höhe gewachsenen Schuppen. In seinem Inneren entfaltet sich ein komplexes und mehrteiliges Raumkonzept, zugeschnitten auf seine Bewohner_innen – Gerhard Matzig, seine Frau und seine drei

Kinder. Um ein frei stehendes Haus für fünf Personen auf einer Fläche von 4,8 Meter Breite und 16 Meter Länge überhaupt bauen zu können, war ein unkonventionelles Konzept nötig: Möglich machten es unterschiedliche Deckenhöhen im Inneren und eine raumsparende flurlose Anordnung der Wohnzellen mit individuell darauf abgestimmter Lichtsituation. Nach dem Motto „großzügiges Leben im kleinen Format“ ist am Rande der Großstadt sowohl der knapper werdenden Ressource Raum als auch einer ganz privaten Vision vom Wohnen Rechnung getragen worden.

„SCHÖNE STÄDTE SCHAFFEN, DIE TROTZDEM FUNKTIONIEREN.“



Radikal sein, etwas wagen, für seine Entwürfe kämpfen und anstatt herumzureden, mehr handeln – klare Anweisungen und hilfreiche Rezepte, unsere Welt lebens- und wohnenswerter zu machen. Und ein freier Geist kann auch in einem winzigen Einfamilienhaus am Rande der Stadt leben, wo sich der Architekturkritiker GERHARD MATZIG mit seiner Familie niedergelassen hat und ein Wohnmodell im Kleinen praktiziert – die Zukunft der eigenen vier Wände. Wenn wir in den nächsten Jahren nicht in teuren und langweiligen Städten leben wollen, sollten wir jetzt mit Gegenentwürfen zum Verlieben beginnen. Als Erstes müssten dann unsere Gewerbeparks verschwinden.

→

Welcher Architekturentwurf hat Sie letzts vom Hocker gehauen und warum?

Eine Student_innenarbeit der *TU München*, in der das *Haus der Kunst* am Englischen Garten radikal umgebaut wird, um darüber zum Beispiel Wohnraum oder auch einen Konzertsaal zu schaffen. Was ich elektrisierend finde: die Freiheit der Gedanken, die nicht an den Grenzen der Denkmalpflege, der Funktionalität oder des politisch Machbaren Halt macht. Architektur sollte immer auch ein utopisches Moment in seinem Wesen wahren. Als realer Bau: die Hamburger *Elbphilharmonie*. Im Prinzip aus den gleichen Gründen – und weil die Architekten nicht aufgegeben haben. Der Bau ist der Eiffelturm der Gegenwart: erst zutiefst angegriffen, jetzt alles überstrahlend und geliebt.

Von welcher Idealstadt träumen Sie?

Von keiner. Städte sind etwas Reales und nur in ihrer Wahrhaftigkeit und in ihrem Genausessein traumhaft.

Wie werden sich Städte in der Zukunft anhören und welche Geräusche werden verschwunden sein?

Da sein wird: ssssssst. Nicht mehr da sein wird: ötlötlötl und wroaaaaar. Die E-Mobilität wird den Städten gut tun.

Wie sieht eine menschenfreundliche Stadt der Zukunft aus?

Grün, grau, hoch, dicht, divergent, heterogen und befreit vom Städtebau der Gegenwart. Ohne Einfamilienhäuser (bis auf das kleine Schwarze, vgl. S. 84).

Bei welchem Gebäude werden Sie zum Sprengmeister?

Bei fast jedem Haus im Gewerbepark. Bei allen Gewerbebauten auf der grünen Wiese. Und bei ziemlich vielen Einfamilienhäusern.

Welche Rolle spielt Freiraum in verdichteten und durchmischten Siedlungsstrukturen?

Fast so eine große Rolle wie der Freiraum in Denkstrukturen.

Worin sehen Sie die größte Herausforderung der Städteplaner in den nächsten Jahren?

Schöne Städte zu schaffen, die trotzdem funktionieren.

Welche Fähigkeiten und Fertigkeiten muss heute ein Architekt, eine Architektin haben, um Gebäude zu entwerfen, die auch noch in 100 Jahren Bestand haben und relevant sind?

Er oder sie muss Häuser bauen können, in die sich die Menschen verlieben.

Welcher historische Architekturtypus hat in nächster Zeit die besten Chancen auf ein Revival? Begründung?

Hoffentlich keiner. Die Zukunft will Zukunft und keine Vergangenheit.

Vor welchem großen Umbruch stehen Architektur und Stadtplanung?

Vor ihrer Fusion nach Jahrzehnten der Entfremdung.

München in 30 Jahren: Welches Szenario würden Sie zeichnen?

Sehr teuer, sehr langweilig – und ich liebe es immer noch.

FOLLY FOR A FLYOVER

Assemble

Wieso sollte man nicht unter einer Autobahnbrücke Kaffee trinken oder an diesem sonst menschenleeren Spot einen Film ansehen? Dabei bietet er, während oben die Autos entlang rasen, nicht nur Schutz vor Regen, sondern auch kreativen Freiraum. Mit *Folly for a Flyover* haben *Assemble* im Londoner Viertel Hackney Wick beispielhaft Leben in Zwischenräume gebracht, die von Stadtplaner_innen erschaffen, tatsächlich aber links liegen gelassen wurden. *Assemble*, ein Londoner Kollektiv aus 18 Architekt_innen, Designer_innen und Künstler_innen, bauten hier in nur vier Wochen ein Haus und eine Tribüne aus Holzblöcken, eröffneten ein temporäres Café und ein Kino, boten Bootsfahrten an und organisierten verschiedene Ausstellungen. *Folly for a Flyover* war das Resultat aus dem Enthusiasmus des interdisziplinären Teams und dem Erfindungsreichtum von Freiwilligen aus London und Umgebung. Das Kollektiv ist bekannt dafür, an verlassenen Orten und in vernachlässigten Stadtvierteln Neues entstehen zu lassen und Kultur zu ermöglichen. Die Projekte sind temporär, doch auf nachhaltige Entwicklung angelegt. *Assembles* Arbeiten kommen unbefangen daher, erschaffen aber mit ihren Visionen Orte von hoher Lebensqualität – gerade an Plätzen, wo man es nicht erwartet hätte.





KONZERTHAUS BLAIBACH

Peter Haimerl

Ein Kubus aus Beton und Granit ragt wie umgekippt aus dem Boden, mitten im Ortskern von Blaibach. Die kleine Gemeinde im Bayerischen Wald war auf der Landkarte kultureller Orte bisher quasi nicht verzeichnet. Dass seit September 2014 die Menschen trotzdem in den Konzertsaal strömen, hat nicht nur mit der Musik, sondern wesentlich mit dem Bau und seinem besonderen Konzept zu tun, das durch die behutsame Vermischung traditioneller und zeitgenössischer (Bau-)Kultur einen unterschätzten Ort wiederbelebt. Mit radikaler Formensprache hat der in der Region geborene Architekt Peter Haimerl einen spektakulären Konzertsaal und Identifikationsort geschaffen. Das Auditorium erstreckt sich bis unter die Erde, die exakt berechnete Struktur der Innenwände ermöglicht ein besonderes akustisches Erlebnis. Nicht weniger Aufsehen erregend wurde im Zuge des Städtebauprojekts *Ort schafft Mitte* direkt nebenan ein altes Bauernhaus im Bayerischen Wald renoviert. Seine ursprüngliche Form wurde beibehalten und mit einem Betonmantel erweitert. Zum Bürgerhaus umfunktioniert vermittelt es zwischen den modernen Formen und dem historischen Umfeld. Die Bewohner_innen Blaibachs wissen das Ergebnis des zunächst heftig umstrittenen Projekts zu schätzen. Visionen müssen die Chance bekommen, erlebbar zu werden.

„ARCHITEKTUR HAT DIE FÄHIGKEIT, REALITÄT ZU TRANSFORMIEREN.“



Den Projekten des in Madrid und Berlin ansässigen Architekturbüros *Nieto Sobejano* liegt zunächst die Idee der Einfachheit zugrunde. Komplexität entfaltet sich durch den Austausch mit anderen Disziplinen und Kulturen sowie durch Wachsamkeit gegenüber der Umgebung und der eigenen Erfahrung. ENRIQUE SOBEJANO, einer der beiden Partner, fordert angesichts der schnell fortschreitenden Verdichtung der Städte und charakterloser Neubauten das Recht auf den öffentlichen Raum ein und sieht die Chance in der Entwicklung des Neuen darin, die Geschichte und den Charakter des jeweiligen Ortes fortzuschreiben.



Viele Ihrer Bauten und Installationen sind durch skulpturale Volumen geprägt. Steckt da eine (tiefer) Philosophie dahinter?

Architektur ist eine komplexe Kunst, die sich, wie wir alle wissen, auf strukturelle, funktionale, soziale und auch skulpturale Aspekte bezieht. Deshalb versuchen wir, unsere Projekte immer von drei grundlegenden Punkten ausgehend zu entwerfen: von der Beziehung mit dem Ort (Stadt, Landschaft, Geschichte), dem räumlichen Konzept und der materiellen Beschaffenheit. Ein Bauwerk wäre bloß Skulptur, wenn es sich ausschließlich auf Volumen und Material beziehen würde, aber das ist in meinem Architekturverständnis nur eine Sicht von vielen. Nichtsdestotrotz glaube ich, dass architektonischer Ausdruck immer auf die eine oder andere Art skulpturalen Charakter hat.

Einige Ihrer Gebäude wirken, als wären sie maßstabslos, sie ähneln großen Objekten. Wo sehen Sie den Unterschied zwischen Kunst, Produktdesign und Architektur?

Ehrlich gesagt finde ich nicht, dass unsere Gebäude maßstabslos sind. Ich denke eher, dass unsere Architektur manchmal intuitiv auf verschiedenen Maßstabebenen arbeitet. Anders als ‚Dimension‘ oder ‚Proportion‘, ist ‚Maßstab‘ ein sehr schwer zu definierendes Konzept. Es funktioniert immer nur in der Beziehung zu anderen Elementen – der Stadt, der Landschaft, anderen Gebäuden oder dem menschlichen Körper. Die Überschreitung des Maßstabs ist oft Thema für uns. Das im vergangenen Dezember eröffnete *Contemporary Art Center* in Córdoba beispielsweise basiert auf der Idee, ein kleines ornamentales Detail – das arabische Muqarnas oder Maschrabiyya – in den architektonischen Raum zu übersetzen. Dabei wollten wir ganz bewusst den Maßstab eines Gebäudes manipulieren und diese Herangehensweise unterscheidet Architektur vom Produktdesign oder anderen, rein künstlerischen Ausdrucksformen.

Würden Sie sich selbst mehr als Architekt, Ingenieur, Designer oder Künstler bezeichnen?

Ich bezeichne mich definitiv als Architekten. Die Architektur hat als Disziplin ihre eigenen Regeln, auch wenn sie sich in einigen Aspekten mit anderen

Künsten überschneidet. Architektur hat die Fähigkeit, Realität zu transformieren, weil es ihr möglich ist, ihre Grenzen zu überschreiten und dabei gleichzeitig die eigenen Gesetze zu respektieren.

In den letzten Jahren hat sich die Wahrnehmung aufseiten der Medien und Kurator_innen von einem künstlerischen und visuellen Zugang auf Fragen der sozialen Relevanz verlagert. Einige prophezeien sogar das Ende der Stararchitektur. Bedauern Sie das?

Sogenannte Stararchitekt_innen entsprachen niemals einem Konzept, das wir mochten. Meiner Meinung nach bezieht es sich auf diejenigen Architekt_innen, die ein Markenimage oder einen Stil pflegen, den sie dann ständig überall wiederholen. Jedem fallen dazu bestimmte Beispiele ein. In unserem Fall war das nie zutreffend. Im Gegenteil: Jedes Projekt bietet uns die Möglichkeit, als Konsequenz eines Ortes, einer Geschichte, eines Programms aufs Neue zu beginnen. Deshalb fühlen wir uns sehr weit von dem Begriff der Stararchitektur und allem, was damit zusammenhängt, entfernt. Der soziale Aspekt ist und war schon immer etwas Grundlegendes und wurde zusammen mit ökologischen Fragestellungen noch präsenter und wichtiger in Bezug auf die Realität, in der wir heute leben.

Bei Ihrem *Contemporary Art Center* in Córdoba haben Sie geometrische Muster für Grundriss und Fassade aus der islamischen Architektur entlehnt und transformiert. Glauben Sie, dass Architektur dazu beitragen kann, zwischen unterschiedlichen Kulturen zu vermitteln, gerade in unserer Zeit, in der religiöser Fanatismus weltweit immer stärker wird?

Architektur setzt sich definitiv über Ideologien und Religionen hinweg. Sie ist „raumgewordene Vergangenheit“, wie Walter Benjamin gesagt hat. Mich interessiert die im Laufe der Zeit ständige Neuinterpretation von Raum. Auch wenn die moderne Vision der islamischen Kultur im Licht eines religiösen Fanatismus und einer regressiven Interpretation von Gesellschaft erscheint, ist sie nichtsdestotrotz eine tiefgründige und reiche Kultur, die heute auch einen

positiven Einfluss haben kann. Das Konzept der kombinatorischen Geometrie beispielsweise, die Idee des Algorithmus (im Übrigen ein arabisches Wort) oder der nicht-hierarchische Ort, den wir in der Moschee von Córdoba erleben können, sind außergewöhnlich zeitgenössische Ansätze – wenn wir lernen, diese aufmerksam zu lesen.

Wer inspiriert Sie mehr, Kolleg_innen oder eher Vertreter_innen anderer Disziplinen wie der Kunst, der Musik, der Wissenschaft?

Alles, was uns umgibt, kann mich inspirieren. Wir sind mit Erinnerungen, Bildern und Eindrücken verbunden, die vor allem in unserer Kindheit und Jugend entstehen und sich, in ständiger Erneuerung, durch zusätzliche Erfahrungen verändern. Im Prozess eines jeden Projekts taucht irgendwann etwas von dem auf, was wir abgespeichert haben: eine vergessene Erinnerung, ein Bild, ein Geräusch, ein Satz. Unsere Arbeit beinhaltet eine ständige Bewegung von einem Ort zum anderen; ein Austausch von Ideen, die die Grenzen anderer Felder – wie die Wissenschaften Geografie, Biologie, Physik, Geschichte und die Künste Film, Skulptur, Malerei, Musik, Literatur – überschreiten. Die Mechanismen, die das möglich machen, sind dennoch im Feld der Architektur selbst verortet. Uns interessiert es, Handlungsmodelle in der Kunst oder den Wissenschaften zu finden, ohne sie eins zu eins zu übertragen.

Welche Entwicklungen oder Veränderungen in den verschiedenen Bereichen unserer Gesellschaft haben auf Sie, aufgrund ihres visionären Geistes, den stärksten Eindruck gemacht?

Ich habe das seltsame Gefühl, dass große und komplexe Entwicklungen und Werke letztlich einfach und banal sind. Damit meine ich nicht nur Werke der Architektur, sondern auch der Malerei, Musik, des Films, der Wissenschaften und der Technologie. Die Erfahrung hat uns gezeigt: Am schwierigsten ist das zu erkennen, was offensichtlich ist. Visionärer Geist steckte in einigen unglaublichen Neuerungen, die uns heute relativ normal erscheinen: Innovationen im Zusammenhang mit der digitalen Revolution, der Biotechnologie, der Übertra-

gung von Informationen. Alle haben die gleiche innere Struktur: Sie lassen sich auf Algorithmen oder sehr einfache Regeln mit vielfältigen Variationen reduzieren. Bei unserer eigenen Architektur versuchen wir stets, Komplexität mit nur wenigen einfachen Regeln zu generieren, die auf neue Formen und Orte angewandt werden. Das war unter anderem auch die Herangehensweise bei den Entwürfen für das Geschichtsmuseum von Lugo, dem *Barceló Temporary Market* oder dem Wissenschaftsmuseum in Guangzhou. Das sind alles Projekte, die auf der Kombination einer sehr begrenzten Anzahl von Elementen basieren.

Könnten Sie drei Best-Practice-Beispiele aus diesen Feldern nennen, von denen Sie besonders beeindruckt sind?

In den Wissenschaften beeindruckten mich die Beispiele, die sich mit anscheinend sehr einfacher kombinatorischer Logik befassen: in der Physik die Suche des *CERN*-Labors nach den Elementarteilchen, die der Struktur des Universums zugrunde liegen. In der Mathematik und den digitalen Anwendungen die Reduktion auf ein binär-numerisches System, basierend auf den zwei Elementen 0 und 1. In der Biologie die vier DNA-Basen Adenin (A), Guanin (G), Cytosin (C), Thymin (T), die die Sequenz des Genoms eines jeden Lebewesens strukturieren.

In den Künsten sollte ich die Werke erwähnen, die die Suche nach Einfachheit in einer wahrlich künstlerisch-kombinatorischen Weise zum Ausdruck bringen: In der Literatur die Werke von Jorge Luis Borges, der es schafft, die Idee von einem Punkt im Universum, der alle anderen beinhaltet, zu verbildlichen oder von einer Bibliothek, die alle erdenklichen Bücher enthält. In der Musik alle

Stücke von Johann Sebastian Bach und, um einen zeitgenössischen Künstler zu nennen, die Kompositionen von Arvo Pärt, poetische Variationen einer begrenzten Zahl von Klängen und Pausen. In der bildenden Kunst die Tiefe der Leere in den Skulpturen von Eduardo Chillida, die sich immer wieder aufs Neue auf das Verborgene in der Materie beziehen.

Was wäre Ihr größter Wunsch für die Welt in 20 Jahren?

In Bezug auf die Architektur und die Städte ist uns bewusst, dass das exponentielle Wachstum in den nächsten Jahren unsere Lebensweise bestimmen wird und dass bereits jetzt eine Veränderung begonnen hat. Das führt zu einer massiven Verdichtung, zu einer radikalen Reduktion der architektonischen und urbanen Qualität, mit starken Auswirkungen auf die Umweltbedingungen auf dem Planeten. Mein Wunsch wäre es, eine nachhaltige Balance zwischen Dichte und Qualität zu schaffen, die aber den führenden Akteuren heute noch sehr fern zu liegen scheint.

Was muss sich verändern, um das zu erreichen?

Um die schnell fortschreitende Verdichtung der Städte und die meist banalen Konzepte der entstehenden Neubauten zu bändigen, wird es notwendig sein, für ein Recht auf öffentlichen Raum zu kämpfen. Außerdem muss der Gesellschaft bewusst gemacht werden, wie wichtig die Qualität von Architektur ist, da sie unser Leben und die Beziehungen unter den Bewohner_innen beeinflusst.

Das Interview führte Frank Kaltenbach.

SALK INSTITUTE

Louis I. Kahn

Intellektueller Retreat am Ozean: Die Architektur von Klöstern war für Louis Kahn Vorbild für die Gestaltung einer optimalen Forschungs- und Arbeitsumgebung. Mit seinem Entwurf des *Salk Institutes*, gelegen direkt am Pazifischen Ozean im kalifornischen La Jolla, San Diego, wollte er Wissenschaftler_innen eine einzigartige Umgebung zum Leben und Arbeiten bieten, die die Konzentration auf Forschungsaufgaben sowie die Zusammenarbeit verschiedener Disziplinen ermöglicht und fördert. Umgesetzt hat der Architekt dies mit einem monumentalen Bau, der 1965 fertiggestellt wurde und aus zwei sich gegenüberliegenden Gebäudeflügeln besteht, getrennt durch einen offenen Platz. Eine Wasserrinne in der Mitte verstärkt die Symmetrie und beinahe sakrale Anmutung der Architektur und lenkt den Blick in Richtung Ozean. In den sechsstöckigen Türmen der Gebäude, die durch Brücken miteinander verbunden sind, verwendet Kahn Sichtbeton, Glas, Stahl und Mahagoniholz, um das natürliche Licht optimal zu nutzen. Labor-, Versorgungs- und Studienräume sind voneinander getrennt – wobei die Bereiche, die dem Nachdenken und der Kontemplation dienen, einen imposanten Meerblick bieten. Kahns Konzept der Zusammenarbeit scheint aufzugehen – der offene Platz des Instituts wird von den Forscher_innen rege für Begegnungen und die gemeinsame Arbeit im Freien genutzt.



„WIE WENIGE MAG ARCHITEKTUR ZWISCHEN ÖKONOMIE, ÖKOLOGIE UND SOZIALER BALANCE ZU VERMITTELN.“



Das Architekturbüro *GRAFT* erregte mit formal spektakulären Bauten und Projekten international Aufsehen. Mutige formale Innovationen und Experimente mit neuester Technik kennzeichnen die Arbeit von *GRAFT*. Doch ebenso eine architektonische Haltung, in der aktives gesellschaftliches Engagement Teil des Denkens und Handelns ist. Austausch, Kooperation und auch eine Kultur der Toleranz, in der Gegensätze Raum bekommen und verbunden werden, sind laut LARS KRÜCKEBERG, einem der Mitbegründer des Architekturbüros, ein gesamtgesellschaftlich zu realisierendes Ideal.

→

Müssen Architekt_innen heute mehr leisten, als schöne Häuser zu bauen?

Das müssen im Grunde die Architekt_innen für sich selbst entscheiden. Es wäre allerdings ein Irrtum zu glauben, dass man sich als Architekt_in, der oder die wesentlich die Gestalt unserer Umgebung mitentscheidet, lediglich auf eine rein formale Verantwortung zurückziehen könnte. Zum anderen halte ich es für eine großartige Herausforderung, die Zukunft mitgestalten zu können: Denn wie nur wenige Disziplinen vermag Architektur zwischen Ökonomie, Ökologie und sozialer Balance zu vermitteln. Und so erwächst aus unserer Profession hier auch eine besondere Verantwortung.

Mit dem *Pink Project*, einer Stadt aus rosa Zelten für die Opfer des Hurrikan Katrina in New Orleans wurde *GRAFT* 2007 weltberühmt. Noch heute verbinden viele *GRAFT* mit dem Namen Brad Pitt, der das Projekt damals initiiert und promotet hat. Nervt Sie das?

Nein, warum? Wir haben mit ihm interessante zukunftsweisende und besondere Projekte gemacht. Es ist immer großartig, mit Menschen arbeiten zu können, die wie wir überzeugt sind, dass man mit positiver Energie und Arbeit Visionen wirklich realisieren kann.

Wie hat die damalige Medienpräsenz durch die Zusammenarbeit mit Brad Pitt Ihre Arbeit verändert? Arbeiten Sie immer noch mit ihm zusammen?

Das ist uns nicht so wichtig, in der täglichen Arbeit spielt das überhaupt keine Rolle. Und obwohl wir nach wie vor an Projekten zusammenarbeiten, ist das heute ein wirklich sehr kleiner Teil unserer Arbeit.

Das Baukastensystem *Solarkiosk* (vgl. S. 106) scheint nichts mit Ihren sonstigen Architekturprojekten zu tun zu haben. Würden Sie Architekt_innen generell empfehlen, parallel zum Büroalltag so ein Sozialprojekt zu betreiben?

Der *Solarkiosk* ist ein Projekt, das sich direkt aus der Geschichte *GRAFT*s entwickelt hat. Wir bauen schon länger in Afrika und beschäftigen uns seit Langem mit Community Building: ob das der Wiederaufbau von *Make It Right* in New Orleans oder unser in Namibia initiiertes und von der KfW gefördertes *Low Income Housing*-Projekt ist. Zudem stehen Kreislaufwirtschaft und Energiefragen immer im Zentrum jedes Konzepts. Auch Produktdesign hat uns immer interes-

siert. Der *Solarkiosk* verbindet all dies als Produkt, Kleinarchitektur und soziale und energetische Infrastruktur. Für uns ist der ‚Architecture Activism‘ keine parallele Beschäftigung, sondern Teil unseres Denkens und Arbeitens. Und es ist unglaublich erfüllend, zu sehen, was man erreichen kann, ohne einen häufig limitierenden Auftraggeber, der natürlicherweise einen eigenen Fokus hat. Ich kann das nur jeder Architektin und jedem Architekten empfehlen.

Modulbau wird von der Bauindustrie und den Verwaltungen auch in Deutschland als Allheilmittel propagiert, um schnell und kostengünstig Wohnraum, Kindertagesstätten und Schulen zu bauen. Geht da ein wichtiger Teil der Baukultur und ein wichtiges Arbeitsfeld für Architekt_innen verloren?

Architekt_innen müssen selber sehen, ob sie Teil einer Entwicklung sein wollen oder sich schmollend in die Ecke setzen. Der Modulbau kann einiges leisten und wir haben einige Wohn- und Kulturprojekte damit realisiert. Ein Allheilmittel ist er allerdings nicht, sondern lediglich ein Werkzeug in den Toolkits der Architekt_innen und Städtebauer. Problematisch wird es, wenn man das Werkzeug an den falschen Schrauben ansetzt. Manche Lösungen können auf Zeit gebaut und anschließend umgenutzt werden, dies muss der Modulbau auf jeden Fall auch leisten können. Auch in temporären Lösungen muss anspruchsvollem Planen Vorrang gegeben werden: Wohnen hat immer mit Würde zu tun.

Im GRAFT-Brand-Lab beschäftigen Sie sich intensiv mit der Bildung von Identität und einer Marke für Ihre Kunden. Welche Identität hat GRAFT?

Unsere Identität ist sicher vielfältig, pluralistisch, offen. Wir glauben nicht an das Dogmatische, an starre Kategorien, sondern an das Sowohl-als-auch. GRAFT bedeutet das Zusammenführen genetisch unterschiedlicher Eigenschaften im Dienste einer höheren Leistungsfähigkeit, um Probleme zu lösen. Deswegen machen wir Produktdesign, Architektur und Städtebau und beschäftigen uns mit unterschiedlichsten Typologien in verschiedenen Kulturen. Wir glauben, dass die sinnvolle Verbindung vermeintlicher Gegensätze zu flexibleren, intelligenteren Lösungen führt.

Welche Mittel setzen Sie für das Branding Ihrer eigenen Marke ein?

Das gebaute Projekt ist immer noch das beste Branding von Architekt_innen. Wir haben glücklicherweise häufig die Gelegenheit, zu Themen, die wir erforschen, Vorträge zu halten, und ab und zu verdichten wir dies in einem Buch. Aber wir lernen alle immer wieder, wie wichtig die sozialen Netzwerke sind und auch zur Wahrnehmung eines Büros beitragen.

Bis ins späte 19. Jahrhundert wurde das Ideal des Universalgenies hoch geschätzt (von Leonardo da Vinci, Michelangelo bis Goethe et cetera), heute ist transdisziplinäres Forschen und Gestalten wichtiger denn je, dennoch bevorzugen viele Bauherr_innen Architekt_innen und Designer_innen mit klar umgrenztem Profil und einem wiedererkennbaren Stil, woran liegt das?

Die Welt wird zunehmend dynamischer und komplexer. Da sehnt sich jede_r Einzelne nach (vermeintlicher) Einfachheit und vertraut scheinbar eindeutigen Ansätzen. Zudem sieht jede_r Bauherr_in vor allem das, was er oder sie versteht und direkt mit der Aufgabe verbunden ist, beziehungsweise muss als Vertreter_in einer Firma oder Institution Ergebnisse vor einer größeren Masse rechtfertigen. Dies wiederum führt zur Notwendigkeit von noch simpleren Mustern und kleinsten gemeinsamen Nennern in einer zunehmend verängstigten, verunsicherten Gesellschaft. Leider.

Die gängigen Formensprachen in Design und Architektur scheinen sich in den letzten Jahren immer mehr zu wiederholen, es entsteht kaum Neues. Ist unsere Gesellschaft ästhetisch an einem Endpunkt angelangt?

Dem kann ich nicht zustimmen. Der 3-D-Druck und Rapid Prototyping, das parametrische und algorithmenbasierte Arbeiten und die Notwendigkeit von komplexen, nachhaltigen Systemen führt zu spektakulären ästhetischen Innovationen im Tragwerk, in der Materialforschung, in formaler Ausdrucksfähigkeit. Leider wird es in Deutschland nicht so sichtbar, da zwar in einigen Bereichen hier Grundlagenforschung betrieben wird, aber vor allem der gesellschaftliche Mut fehlt, diese Innovationen auch umzusetzen und zu bauen. Da ist Deutschland leider Provinz

und vielleicht wirklich an einem Endpunkt formaler Debatten um das Normale, das Sich-Unterordnende. Unsere Gesellschaft baut lieber Schlösser wieder auf.

In welchen Bereichen von Architektur, Raumgestaltung und Design sehen Sie Innovationspotenzial?

Zum Teil habe ich das bereits in der letzten Frage beantwortet. Es ist erstaunlich, was Glas und Beton bald leisten können, wir werden leichter, transparenter bauen können, ohne Energieeffizienz zu verlieren. Carbonstrukturen könnten die Architektur so revolutionieren, wie es einst der Stahlbeton tat. Das größte Potenzial in den klassischen Planungsdisziplinen sehe ich in der Haustechnik. Leider gibt es zu wenige Entrepreneurure in diesem Bereich, die die Entwicklung führen und beschleunigen. Aber wir werden große Sprünge in der vernetzten Energietechnologie sehen.

Ihre Arbeiten bewegen sich meist zwischen unterschiedlichen Welten. Woher beziehen Sie Ihre Themen und Inspirationen, treffen Sie sich regelmäßig mit Künstler_innen, Wissenschaftler_innen, Ökonom_innen?

Wir sind von Natur aus neugierig. Und wenn man Respekt vor dem Neuen, dem Anderen hat, dann findet man Dinge, die man gar nicht gesucht hat. Oder wie es Louis Pasteur ausdrückte: „Chance favors the prepared mind.“

Welche drei konkreten Entwicklungen in den Bereichen Wissenschaft, Technologie, Soziales, Politik und Kultur haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Die künstliche Intelligenz.

Das *Internet of Things*.

Negativ beeindruckt hat mich der Siegeszug des Populismus. Erschreckend, wie einfach es inzwischen ist, durch Social Media und komplett faktenlosen

Nonsense die niedrigsten Instinkte der Menschen freizusetzen und damit großen politischen Erfolg zu haben. Aber nichts davon ist visionär. Sondern richtungslos. Es ist an uns, daraus Visionen in die richtige Richtung abzuleiten.

Gefragt nach drei konkreten Architekturprojekten: Welche überzeugen Sie besonders und warum?

- 1) Das *Salk Institut* in La Jolla von Louis Kahn (vgl. S. 98). Kahn ist es hier gelungen, auf ergreifend poetische Weise Material, Volumenkomposition und den Genius Loci am Pazifik zu einem unvergesslichen Gesamtkunstwerk von Licht, Symbolik und Theatralik zu fügen.
- 2) Das *Institut du Monde Arabe* von Jean Nouvel. Es gibt wenige moderne Projekte, die es vermögen, so sehr kulturellen Inhalt und Technologie in eine höchästhetische und narrative urbane Geste zu übersetzen. Ich bin auch sehr gespannt auf den Louvre in Dubai.
- 3) Das *Bubble House* von Antti Lovag. Die von ihm selbst als „Bricollage“ bezeichnete Raumskulptur ist eines der aufregendsten und fröhlichsten räumlichen Gefüge, die ich je betreten habe.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass die Welt dasselbe Maß an Freiheit, wie wir sie heute genießen, behält und die Millionen der weniger privilegierten Menschen Zugang erhalten und ‚dazugehören‘ können. Ein eher frommer Wunsch, wie ich fürchte.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Mehr Toleranz, weniger Gier.

Das Interview führte Frank Kaltenbach.



SOLARKIOSK

GRAFT und die Solarkiosk AG

Wissen ist Macht, Kommunikation auch. Rund eineinhalb Milliarden Menschen leben noch ohne Strom, allein 600 Millionen in Afrika. Für die Architekten von GRAFT und den Anwalt Andreas Spiess war dies Grund genug, den *Solarkiosk* zu entwickeln, dessen mit Solarpanelen bestücktes Dach Strom für die notwendigsten Bedürfnisse einer ganzen Ortschaft bietet: Aufladestation für Handyakkus und Lampen, Internetzugang, Kühlmöglichkeit für Medikamente und Lebensmittel. Seine Errichtung basiert auf dem Baukastenprinzip, leicht im Transport und Aufbau und mit der Möglichkeit zur Erweiterung. Ein weiterer Aspekt ist die Verlagerung weg von ressourcenintensiver und gesundheitsschädlicher Energie, wie Holzkohle oder Petroleum, hin zu umweltfreundlicher Solarenergie. Und nicht weniger wichtig: Die Kioske sind zentrale Treffpunkte für soziale Kontakte und Austausch in der realen Welt geworden und bieten je nach Region das an, was zum Leben gebraucht wird. Aus dem ersten Prototyp hat sich mittlerweile die *Solarkiosk AG* mit sechs Tochterunternehmen in Äthiopien, Ghana, Botsuana, Kenia, Tansania und Ruanda entwickelt. Die Kioske werden als Franchise-Unternehmen betrieben, wobei bevorzugt Frauen den Zuschlag bekommen. Geplant sind aktuell Projekte auch in Asien und Amerika.

„ICH VERSTEHE ,ENTWERFEN‘ ALS DAS GEGEN- TEIL VON ,UNTERWERFEN‘.“



In seinem neuen Buch *Weltentwerfen* schreibt der Theoretiker und Praktiker FRIEDRICH VON BORRIES über die politische Dimension von Design. Dabei verleiht er dem gängigen Diskurs über das, was Design ist oder sein soll, eine weitere Ebene, die es zu verhandeln gilt. Als ‚reflektierender Ermöglicher‘ untersucht er das Widersprüchliche, eröffnet Gedankenräume und macht Möglichkeiten vorstellbar. Seine Hoffnung: ein Diskurs, der mehr relevantes Design hervorbringt für eine bessere Welt.



Was heißt ‚Weltentwerfen‘ für Sie?

Wir leben im Anthropozän, dem Erdzeitalter, in dem die geologische Entwicklung vom Menschen bestimmt wird. Wir sind die Gestalter der Welt, in der wir leben.

Ist das nicht eher ein Wunschgedanke, dass wir alles gestalten können? Bei dem Versuch, ein Problem zu bewältigen, schaffen wir oftmals neue. Sollten wir nicht eher weniger gestalten und uns vielmehr als Teil dieser Welt verstehen, im Sinne, sie zu respektieren statt zu formen?

Da muss man zwei Sachen trennen. Sie sprechen die Hybris der Moderne an, in der man dachte, durch Gestaltung alle Probleme der Welt lösen zu können und dadurch neue, zuweilen viel größere geschaffen hat. Man denke nur an die Atomkraft. Die zivile Nutzung war ja mal mit positiven Zukunftsvisionen belegt. Also: Dieser positivistische Größenwahn ist gefährlich.

Aber nichtsdestotrotz leben wir seit der Industrialisierung im Anthropozän und sind die treibenden Trigger der geologischen Entwicklung. Das ist kein Wunschgedanke, sondern eine traurige Realität. Unser Handeln verändert die Welt grundlegend. Wir formen andauernd und tiefgreifend, ob wir es wollen, oder nicht. Das ist das Wesen des Anthropozäns.

Geologische Entwicklungen sind ja per se nicht schlecht. Wir könnten ja den Boden, den wir ausgebeutet haben, wieder aufbereiten. Das ist vielleicht mühsam, aber möglich. Welche Rolle spielt dabei das Design?

Design kann im positiven Sinne eine wichtige Rolle spielen, und zwar auf mehreren Ebenen. Zum einen gilt es, aus dem Hier und Heute heraus Bilder, Vorstellungen, Imaginationen zu entwickeln, in welcher Welt wir leben wollen. Und dann gilt es, diese Bilder, diese Vorstellungen umzusetzen, im Großen, aber auch im Kleinen, Ausschnitthaften. Prototypen einer besseren Welt zu entwickeln, ist eine Aufgabe, der sich Designer_innen widmen können und sollen.

Welche Definition von Design ist die Grundlage für Ihre neue Publikation *Weltentwerfen*?

Ich bin kein großer Freund von Definitionen. Sie dienen meist der Abgrenzung, und Abgrenzung interessiert mich nicht. Für mich umfasst Design alle Bereiche des gestaltenden Handelns – also auch Architektur, Städtebau, Grafik ...

Kann man sagen, Sie betrachten Design als alles von Menschen Entworfenen? Die Gestaltung einer Verfassung gehört hier genauso dazu, wie die Funktion und Wirkung von Schmerzmitteln. Sind somit alle Menschen auch Designer_innen?

Na ja, ich habe ja eine sehr bestimmte Vorstellung von ‚Entwerfen‘, das ich als das Gegenteil von ‚Unterwerfen‘ verstehe. Aber das führt hier zu weit. Um auf

Ihre Frage zu antworten: Es gibt professionelle Designer_innen, ausgebildet, geschult, sich in bestimmten Traditionslinien sehend. Das kann und muss nicht jede_r. Und ja, gleichzeitig sind heute alle Designer_innen. Alle gestalten ihr Leben, ihre Identität, ihre Umwelt. In diesem Sinne sind alle Designer_innen ihres eigenen Lebens, was sowohl eine Pflicht, eine Bürde, aber auch eine große Entfaltungsmöglichkeit ist.

Sie unterteilen Design in neue Kategorien wie Überlebensdesign, Sicherheitsdesign, Gesellschaftsdesign und Selbstdesign. Ist der Mensch ohne Design nicht überlebensfähig?

Nein, er braucht Gestaltung, er braucht Design, um in dieser Welt zu überleben. Sonst würden wir verdursten, erfrieren, verhungern und so weiter. Gleichzeitig zerstören wir durch das, was wir gestalten, unsere Lebensgrundlage. Das ist die Paradoxie der Gegenwart.

Ist das ein Dilemma, aus dem wir wieder herauskommen? Und wenn ja, wie?

Nein, aus dieser Paradoxie gibt es kein Entkommen. Man muss halt mit ihr umgehen, sie aushalten, an und mit ihr scheitern, es immer wieder neu versuchen.

Was sollte neu gestaltet werden?

Wie immer eigentlich alles. Denn etwas zu gestalten ist das Wesen des Menschen. Das macht uns ja aus, der Gestaltungswille. Wir erfinden die Welt immerfort wieder neu. Kreativität ist verschwenderisch. Sie sagt nicht: Ich muss keinen Stuhl entwerfen, denn es gibt ihn ja schon. Sie sagt nicht: Ich muss kein Haus entwerfen, es gibt ja schon eines. Sie sagt nicht: Ich muss kein Gedicht, kein Musikstück, keine Skulptur erdenken, denn es gibt sie ja schon. Die verschwenderische Energie der Kreativität erfindet alles, was schon ist, immer wieder neu.

Sie schreiben: „Gutes Design ist nicht unterwerfend, sondern entwerfend.“ Ist Design nicht immer sowohl entwerfend als auch unterwerfend?

Für mich ist das Spannungsfeld von ‚Entwerfen‘ und ‚Unterwerfen‘ die Kernfrage von allem Gestalten. Die Ambivalenz, die mit dem entwerfenden Anspruch und der unterwerfenden Realität von Design einhergeht, macht Design ja gerade spannend. Es entbindet uns aber nicht von der moralischen Pflicht, an das Entwerfen zu denken und das Unterwerfen zu bekämpfen.

Haben Sie ein Beispiel für ‚gutes‘ Design, das Handlungsräume ermöglicht, ohne zu unterwerfen beziehungsweise zu zerstören?

Nein. Und zwar aus einem guten Grund. Das ist mir zu eindimensional. Ich bin ja kein Marketingfuzzi, der ein Produkt verkaufen muss. Ich bin auch kein Museumsdirektor, der rechtfertigen muss, warum er viel Geld für ein Exponat ausgibt, das er in seiner Sammlung haben will. Ich bin ein Theoretiker, der die Dinge so lange dreht und wendet, bis sich eine neue Perspektive eröffnet. Und die Perspektiven, die sich bei dieser Form des suchenden Denkens ergeben, können widersprüchlich sein. Das ist die Freiheit des Denkens, die in keinem Verwertungskontext steht. Dieses Denken ist nie eindeutig – gut oder schlecht – sondern immer uneindeutig, mehrdeutig. Es versucht nicht, gedankliches Terrain zu sichern, sondern schafft sich sein eigenes Glatteis, auf das es sich freudig begibt.

Sie setzen neue Maßstäbe für ‚gutes‘ und ‚schlechtes‘ Design. Bewertungskriterien sind ethische und politische Faktoren, nicht mehr ästhetische, funktionale und ökonomische. Wird sich dadurch etwas ändern?

Meine Hoffnung ist, dass Designer_innen sich bewusst machen, dass ihre Tätigkeit eine politische Bedeutung hat. Und dass die alte Debatte, was ‚gut‘ und was ‚schlecht‘ ist, die politische Dimension auch miteinbeziehen muss. Das macht die Diskussion um Qualität zwar nicht einfacher, aber relevanter.

Seit wann ist Design politisch?

Design ist von Anfang an politisch und immer. Denn Design hat einen Einfluss darauf, welche Beziehung wir zu unserer Umwelt, zu anderen Menschen und schließlich auch zu uns selbst haben. Deshalb hat Design immer eine politische Dimension. Ob sich Designer_innen deshalb immer auch als politisch verstanden haben, ist eine andere Frage.

Sind Sie politisch?

Ja. Und ich verstehe auch meine Arbeit – die theoretische genauso wie die gestalterische – als politisch.

Was zeichnet politisches Design aus? Abgesehen davon, dass Design generell eine politische Dimension hat?

‚Politisches Design‘ ist etwas anderes als ‚die politische Dimension von Design‘. Letzteres meint, dass Design einen Einfluss darauf hat, wie wir uns als Gesellschaft

konstituieren, und deshalb politisch ist. ‚Politisches Design‘ meint historisch ein Design, das eine dezidierte politische Zielrichtung hat, sich als agitativ und propagandistisch versteht. Das darf man nicht in einen Topf werfen.

Aber auch das Anti-Design der 60er-Jahre war politisch, ohne Propaganda zu sein. Es wollte ein funktionales Design kritisieren, das vor allem die Ziele des Kapitalismus bediente. Ihnen geht es um die politische Dimension. Wie kann Design sich nicht einer Konsumgesellschaft unterwerfen?

Also, das radikale Anti-Design der 60er-Jahre ist ja am Ende auch auf dem Warentisch gelandet, sehr hochpreisig übrigens. Der gegenwärtige Kapitalismus ist total, man kann sich ihm nicht entziehen. Erst recht nicht als Designer_in. Man kann allerdings versuchen, innerhalb des Systems Risse aufzuspüren und aufzuweiten, man kann versuchen, zumindest temporäre Freiräume und Gegenwelten zu realisieren.

Politik ist eine Gestaltungsaufgabe, wie könnte sie überzeugt werden, dass Design und Kunst in Entwicklungsprozesse einbezogen werden?

Muss sie das denn? In die praktische Politik? In das ‚Geseehofere‘, das ‚Gemerkele‘ und das ‚Gegabriele‘ unserer Zeit? Von Trump und Putin mal ganz zu schweigen. Also, ich will das nicht.

Haben Sie ein Beispiel aus Ihrer gestalterischen Arbeit, die auch politisch ist?

Ein relativ bekanntes Beispiel von gestalterischer Arbeit war das Projekt *RLF*, das aus einem Roman, einem Film, aber auch einem Designunternehmen bestand. Weniger bekannt ist meine planerische Arbeit, ich bin von der Ausbildung her Architekt und habe für Berlin, Frankfurt und auch München langfristige Zukunftskonzepte – das heißt mit einer Zeitperspektive von 20 bis 50 Jahren – entwickelt.

Worin bestand bei *RLF* die politische Dimension?

RLF war ein vielschichtiges narratives Projekt. Ein Aspekt war die Behauptung, eine neue Art antikapitalistisches Unternehmen zu sein, das den Kapitalismus mit seinen eigenen Waffen schlagen will. Dafür wurden Produkte, Lifestyle-Gadgets entwickelt und zum Verkauf angeboten. Das Unternehmen hat aber auch versucht, in anderen Bereichen zu intervenieren; wir haben zum Beispiel an einem Businessplanwettbewerb teilgenommen, um unsere Fragestellungen auch in die Bankenwelt zu tragen. Alles kleinmaßstäblich, beispielhaft, manch-

mal auch nur symbolisch – aber eben ein Versuch, mit den Mitteln von Design gesellschaftliche Fragen zu thematisieren.

Selbstdesign ist auch ein Schlagwort in Ihrem Buch. Sie schreiben: „Die technische Realisierung von Cyborgs, Hybriden, bei denen die Grenze zwischen Mensch und Maschine, zwischen natürlich und künstlich, nicht mehr erkennbar ist, ist angesichts bio- und medizintechnischen Möglichkeiten greifbar nahe.“ Worin sehen Sie die politische Dimension solcher Entwicklungen?

Biotechnisches Selbstdesign entwirft den Menschen vom Menschsein her. Ein Akt der Befreiung, aber auch der Entgrenzung. Damit stellt sich uns die Frage, wo Menschsein beginnt, und wo es aufhört. Das ist eine politische Dimension, die alles, was wir heute im Alltag unter Politik diskutieren, sprengt.

Wie sieht Ihr persönliches Selbstdesign aus?

Ich versuche, mich der Verwertbarkeit zu entziehen, in dem ich mir Raum für Widersprüchlichkeit lasse, uneindeutig bin. Das ist meine Form von Freiheit.

In Ihrem Buch thematisieren Sie ein ‚Sicherheitsdesign‘. Ist das nicht gerade das Gegenteil von spekulativem Denken? Wäre es nicht viel wichtiger – und spekulativer – über ein ‚Freiheitsdesign‘ nachzudenken?

Mit Sicherheitsdesign propagiere ich ja nicht ein sogenanntes ‚Mehr‘ an Sicherheit. Im Gegenteil. Ich schreibe, dass entwerfendes Sicherheitsdesign helfen muss, Unsicherheit auszuhalten. Denn nur in Unsicherheit ist Freiheit möglich. Freiheit ist etwas höchst Unsicheres. Manchmal übrigens kaum auszuhalten. Aber Freiheit ist wichtig, vielleicht das Wichtigste, was eine demokratische Gesellschaft zu bieten hat. Freiheit kommt in meinem Buch deshalb sehr, sehr oft vor. Es ist ein so grundlegendes menschliches Bedürfnis, dass es alle Kategorien von ‚Weltentwerfen‘ durchzieht. Deshalb habe ich der Freiheit keine eigene Kategorie zugewiesen. Aber meine Unterteilung ist nur ein Vorschlag, eine Diskussionsanregung, um Design nach grundsätzlicheren, politischeren Fragen zu betrachten, als das im gängigen Designdiskurs üblich ist.

Wie sehen Sie die Zukunft?

Ich bin kein Hellseher, ich schaue nicht in die Zukunft. Statt spekulative Behauptungen aufzustellen, versuche ich lieber, konkrete Beiträge zur Gestaltung von Zukunft zu leisten. Und da ist meine Expertise die Auseinandersetzung

mit urbanen Räumen – aber da bin ich natürlich gerne imaginativ. Im Auftrag des *Bundesinstituts für Bau, Stadt und Raumforschung* entwickle ich gerade Zukunftsvisionen für den Stadtverkehr von übermorgen zusammen mit Stadtplaner_innen und Verkehrsexpert_innen. Zum Beispiel habe ich gemeinsam mit den Landschaftsarchitekten *BGMR* und *Freiraumstudio* im Auftrag der Stadt München ein Konzept für den *Freiraum München 2030* entwickelt. Neben Verdichtung und Transformation spielt Entschleunigung dort eine wichtige Rolle.

Wie sehen Ihre Imaginationen für München konkret aus?

München wächst, entweder es vergrößert sich in der Fläche, oder es verdichtet sich im Bestand. Das geht oft zulasten des Freiraums, und deshalb muss man neue Formen von verdichtetem Freiraum erfinden, auch auf Dächern, an Fassaden et cetera. Transformation meint, dass die moderne Stadt eine Stadt ist, die ihre Probleme exportiert – zum Beispiel den Müll. Hier müssen wir radikal umdenken und die Stadt als Stoffwechselsystem, als Kreislauf verstehen. Um beim Müll zu bleiben: Die Müllkippe ist der Park der Zukunft und der Müll eine Rohstoffquelle – Stichwort: Urban Mining. Und schließlich Entschleunigung. Ich glaube, dass sich Stadtplanung mehr mit Entschleunigung auseinandersetzen muss. Letztlich ist es noch immer eine Disziplin der Optimierung und Effizienzsteigerung, und diese Beschleunigungsspirale ist Wesenskern eines kranken Systems. Gerade vom Freiraum – bedenken Sie mal, wie lange ein Baum zum Wachsen braucht – können wichtige Impulse für ein entschleunigtes Verständnis von Lebenszeit kommen.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich bin nicht so der ‚Ich wünsch mir was‘-Typ. Die Liste der globalen und lokalen Missstände ist lang – und hinreichend bekannt. Ich könnte Ihnen da jetzt nichts Neues erzählen. Ich bin nicht der Wissenschaftler, der etwas herausgefunden hat, dass Sie noch nicht wussten, und es Ihnen jetzt erzählt. Ich verstehe meine Arbeit eher als interventionistische Praxis, das heißt, ich gehe in bestehende Strukturen hinein und versuche, diese zu verändern. Dabei geht es weniger um Wünsche, als um Potenziale: Was ist in eine Struktur – ein Unternehmen, eine Stadt, von mir aus auch die Welt – eingeschrieben, was ist als Möglichkeit schon angelegt, aber kann sich nicht entfalten, nicht realisieren?

Welche Vision der Vergangenheit ist nach wie vor aktuell beziehungsweise würde sich lohnen, noch einmal hervorgeholt zu werden?

Geschichte, hat Theodor Lessing einmal gesagt, ist Sinngebung des Sinnlosen. Wir betrachten die Vergangenheit und entdecken in ihr etwas, das uns einen neuen Zugang zu unserer Gegenwart schafft. Geschichte ist also ein gegenwärtiger Akt, eine Schöpfung aus dem Hier und Jetzt. So weit die theoretische Antwort. Meine persönliche Antwort wäre, dass mich gerade Gestalter_innen interessieren, die in konfliktreichen politischen Situationen lebten, und ich schaue, wie sie damit umgegangen sind. Derzeit leite ich zum Beispiel ein Forschungsprojekt über Franz Ehrlich, einem Bauhaus-Designer, ...

... der sowohl während der Nazizeit arbeitete und wegen seiner kommunistischen Gesinnung im KZ war und später in der DDR mit der Stasi kollaborierte, um Aufträge als Architekt zu erhalten. Finden Sie ihn deswegen so interessant, weil seine gestalterische Arbeit sowie sein politisches Umfeld sich gegenseitig bedingten? Vielleicht ein gutes Beispiel für entwerfendes Design, das aber auch unterwerfend ist?

Na, Sie wollen mich wohl auf meine eigene Begrifflichkeit festnageln. Da lasse ich mich aber jetzt nicht drauf ein. Ehrlich ist erst mal ein sehr guter Designer, der innerhalb der Rahmenbedingungen seiner Zeit versucht hat, ‚gute‘ Gestaltung zu machen. Vom Möbel bis zum Gebäude. Das Spannende haben Sie in Ihrer Frage ja bereits herausgestellt: Wie bedingen sich Design und politisches Umfeld? Welche Limitierungen gibt es, wie geht man damit um – als professioneller Gestalter und als politisch verantwortliches Individuum?

Wir leben heute in einer anderen Gesellschaft als Ehrlich. Wir leben in einer Demokratie. Demokratie und Gestaltung: Was sind hierbei die größten Herausforderungen?

Demokratie ist ein Ergebnis von Gestaltung. Die Frage ist, ob unser gegenwärtiges System – sowohl auf nationaler Ebene als auch im globalen Kontext – a) demokratisch und b) gut entworfen ist. Zumindest auf globaler Ebene kann man nicht gerade von Demokratie sprechen. Und unsere Demokratie ist offenkundig nicht gut gestaltet. Also: Die Gestaltungsaufgabe der Demokratie wäre, ihre eigene Gestaltung zu hinterfragen – und das nicht als Top-down-Prozess, sondern als demokratisches Bottom-up. Aber wenn Sie mich jetzt fragen, wie das gehen soll, was die ersten fünf Schritte wären, dann bin ich leider wirklich überfragt.

Das Interview führte Sarah Dorkenwald.

RECONSTRUCTING FUTURE

Dellbrügge & de Moll

„Jung, spontan und gewaltfrei“ lautete das Motto der Olympischen Spiele 1972 in München. Sie markierten einen Paradigmenwechsel: Es ging um die Inszenierung von Demokratie und um die Kraft visueller Gestaltung und Kommunikation. Das damals vollkommen neue ganzheitliche Gestaltungskonzept spiegelte den partizipativ und unhierarchisch geplanten Prozess wider. Ziel war eine Atmosphäre des Miteinanders statt nationaler Repräsentation. Das zeigte sich auch an der Kleidung, die der Modedesigner André Courrèges für die offiziellen Mitarbeiter_innen – Ordner_innen, Techniker_innen, Platzanweiser_innen – entworfen hatte und die sich je nach Funktion an den Farbcodes Otl Aichers orientierten. Auch internationale Gäste konnten sich durch diese neuartige kommunikative Vermittlungsstrategie während der Olympischen Spiele in der Infrastruktur gut zurechtfinden – ganz ohne Sprachkenntnisse und ordnungspolitische Anweisungen. 2012, als sich die Olympischen Spiele zum 40. Mal jährten, realisierte das Künstlerduo Dellbrügge & de Moll in München das Projekt *Reconstructing Future*: Dabei agierten 40 Performer_innen in zeitgenössischen Interpretationen der Courrèges-Outfits und reinszenierten im öffentlichen Raum den Zeitgeist von 1972, der darauf zielte, einen neuen Umgang zwischen Staat und Bürgern zu leben.



„ORTE SIND UNVERZICHTBAR, DIE NICHT PRIMÄR UNTER DEM PRIMAT DER GEWINNOPTIMIERUNG STEHEN.“



Der interdisziplinär arbeitende Architekt PHILIPP OSWALT beschäftigt sich als Forscher und Ausstellungsmacher unter anderem mit den widerstreitenden Kräften von Stadtstrukturen und den Folgen des Anthropozäns. In weiten Teilen basiert unsere Zivilisation auf Prozessen, die sich unserer Alltagserfahrung entziehen, die aber letztlich auf uns alle zurückschlagen – in nur schwer zu erfassenden Dimensionen. Einen Weg zu finden, wie menschliches Wirken auch im großen Zusammenhang anschaulich gemacht werden kann, hält Oswald für eine der größten Herausforderungen unserer Zeit.



Welche Räume braucht die Stadt der Zukunft?

Orte, die einer schnellen kapitalistischen Verwertung entzogen sind. Wir haben in den letzten Jahrzehnten eine zunehmende Ökonomisierung des Stadtraums erlebt, die mehr und mehr Akteure aus der Produktion von Stadt ausgrenzte. Dies führt zu urbaner Sterilität. Für eine lebendige Stadtentwicklung sind Orte unverzichtbar, die nicht primär unter dem Primat der Gewinnoptimierung stehen. Das Phänomen der Zwischennutzung ist exemplarisch hierfür, aber es gibt auch andere Modelle. Bei der Zwischennutzung erlaubt vorübergehender Leerstand Leuten, die nicht viel Geld für eine Nutzung haben, etwas in der Stadt zu machen. Kulturell und wirtschaftlich entstehen da sehr oft Dinge, die wichtige Impulse geben, Entwicklungen in Gang setzen und den öffentlichen Raum bereichern.

An welchen Orten halten Sie sich am liebsten auf und was zeichnet diese aus?

Überraschende Orte im Inneren der Stadt, die Widersprüche zeigen. Anders als im ländlichen Raum, wo wir einen klaren Zusammenhang von historisch gewachsenen Strukturen erwarten, ist das Städtische geprägt von unterschiedlichen Haltungen, Positionen und Regimen, von Heterogenität und Kontrast. Diese Heterogenität schafft mental einen offenen Raum, wo auch etwas Neues, Unbekanntes vorstellbar wird.

Haben Sie ein Beispiel?

Ein prominentes Beispiel ist, wie die Eisenbahntrasse die Berliner Museumsinsel durchschneidet. Da ist das Erhabene der Museumsinsel, der preußische Kosmos, und dann kommt eine utilitaristische Moderne des späten 19. Jahrhunderts und baut eine Bahntrasse mitten durch. Das ist einerseits völlig respektlos, aber andererseits spannend, wie zwei sehr unterschiedliche Dinge, die eigentlich im Konflikt miteinander stehen, plötzlich so aufeinander collagiert sind.

Was lernen Sie aus solchen Orten?

Ich finde solche Orte angenehm, weil sie die Gegenwart offener machen. Man versteht, dass die Geschichte sich aus widerstreitenden Kräften entfaltet, dass es Brüche gibt und keine klaren Kontinuitäten. Dann ist das, was man vorfindet, auch nicht alternativlos: Diese Vielfalt schafft einen offenen Raum, in dem man sich selbst positionieren kann. Auf was bezieht man sich positiv, und wo geht man eher auf kritische Distanz? Durch solche Orte ist man nicht in der Zwangsjacke einer künstlich konstruierten Identität.

Was ist in Ihren Augen die größte Herausforderung für die Gestaltungsdisziplinen heute?

Zwei Entwicklungen fallen mir hier an erster Stelle ein: zum einen die komplexen Folgen der digitalen Revolution, zum anderen die Frage, wie unser

menschliches Wirken im Zeitalter des Anthropozäns anschaulich gemacht und gestaltet werden kann.

Was halten Sie für die wichtigste Folge der Digitalisierung?

Das ist sehr vieldimensional, aber lassen Sie mich zwei Beispiele aufgreifen. Beispiel Mobilität: Sharing, Elektromobilität und selbstfahrende Autos revolutionieren unser Mobilitätsverhalten. Ich habe zum Beispiel kein Auto, und wenn ich eins brauche, kann ich online beim Carsharing schnell und einfach eines buchen. Das war früher mit den Autovermietungen sehr viel komplizierter. Mit der Möglichkeit selbstfahrender Autos – die quasi in der Stadt rumschwirren, und wenn man eines braucht, ordert man es zu sich – brauchen wir in Zukunft kaum mehr Parkraum, der in den Städten sehr viel Platz einnimmt. Diese hochwertigen Flächen könnten dann anders genutzt werden. Und mit der emissionsarmen Elektromobilität ist Wohnen an Hauptstraßen auch kein Problem mehr.

Ein anderes Beispiel ist, wie die Nutzung digitaler Medien die Navigation im physischen Raum verändert. Klassischerweise orientiert man sich ja an Zentralität: Hauptstraßen oder ein Zentrum geben einem eine räumliche Logik. Über die Navigation im Smartphone kann man auch selektive Präferenzen bedienen. Die Hotspots meiner Community müssen nicht mehr im klassischen Sinne zentral lokalisiert, sondern können verborgen im Hinterhof oder am Stadtrand sein. Aber durch die Navigation am Handy und die digitalen Medien kann ich diese Orte schnell finden, weil mich das Gerät lenkt. Durch die Überlagerung des digitalen und physischen Raums ändert sich das, was wir unter Zentralität verstehen, weil sie im physischen Raum teilweise durch Zentralitäten im digitalen Raum abgelöst wird.

Was lässt sich aus der Beschäftigung mit dem Anthropozän für die Zukunft lernen?

Wenn wir gesellschaftliche Entwicklungen kritisieren, haben wir immer die Tendenz, von den Mächtigen da draußen zu sprechen, gegen die wir uns wehren müssen. Der Idee des Anthropozäns aber ist eingeschrieben, dass wir Koproduzenten der Entwicklungen sind, also an deren Zustandekommens selbst beteiligt sind.

Am greifbarsten ist sicher der Klimawandel: Jeder trägt durch seinen Lebensstil zu dieser Entwicklung bei – wie er sich fortbewegt, was er isst, wo er Urlaub macht, welche Produkte er kauft. Natürlich ist der einzelne Beitrag minimal, aber in der Summe wird es problematisch.

Was ist Ihrer Meinung nach die besondere Schwierigkeit in der Wahrnehmung des Anthropozäns?

Die Schwierigkeit beim Anthropozän ist, dass die Entwicklungen räumlich und zeitlich sehr weit entrückt sind. Wenn man früher seinen Garten überdüngt hat oder versäumt hat, rechtzeitig zu wässern, sodass man keine Tomaten mehr ernten konnte, hat man kapiert, dass es ein Problem gibt und man beim nächsten Mal besser aufpassen muss. So eine Art Rückkoppelung gibt es im Anthropozän nicht mehr. Was ich beispielsweise mit einer Flugreise an Weltgestaltung mache, das ist für mich überhaupt nicht erkennbar, es gibt kein Feedback, die Effekte sind räumlich und zeitlich verschoben.

Das ist eine Schwierigkeit, die mit Ästhetik als Aisthesis, als Frage der Wahrnehmung zu tun hat. Unsere Zivilisation basiert auf Prozessen, die sich unserer Alltagserfahrung entziehen, aber doch wirksam sind und letztlich auf uns alle zurückschlagen. Aber wir haben bisher keinen Weg gefunden, wie wir das sinnvoll verarbeiten. Das Vorhandensein von rationalem Wissen allein führt – so zeigt die Erfahrung – zu keinen relevanten Verhaltensänderungen. Es stellt sich die Frage, ob eine bessere Anschaulichkeit und Wahrnehmung der Dinge dies ändern können. Letztendlich geht es um den Begriff des Nächsten: Man hat Empathie mit dem, was einem nahe ist, aber zu dem, was sehr fern ist, entwickelt man kein Verhältnis. Das ist eine zivilisatorische Herausforderung, wo auch Gestalter_innen gefragt sind, da kann man verschiedene Ansätze diskutieren.

Was können wir bei der Gestaltung von Zukunftsvisionen heute noch von utopistischen Ansätzen der Vergangenheit wie dem Bauhaus lernen?

Nun, vor allem wohl den Versuch, unserer technisch-wissenschaftlich geprägten Zivilisation einen Sinn zu geben und neue Zusammenhänge zu stiften, da die alten im Prozess der Modernisierung zunehmend fragmentieren. In diesem Sinne stehen wir gewissermaßen vor ähnlichen Herausforderungen und Unsicherheiten.

Inwiefern unterscheiden sich die Visionen von einer besseren Zukunft heute von denen der klassischen Avantgarde?

Die klassischen Avantgarden waren teilweise in größeren sozialen Bewegungen von Genossenschaften, Gewerkschaften, Arbeitern, Sozialdemokratie oder auch einem neuen großstädtisch-liberalen Bürgertum verwurzelt. Diese sozialen Bewegungen gibt es heute weniger, sie sind kleiner, temporärer, weniger relevant.

Ist die Gestaltung von Gesellschaft – konkret am Beispiel der Stadtplanung – zwangsläufig ein unbequemer Prozess?

Sicherlich, es geht um Interessenkonflikte, um konkurrierende Vorstellungen, auch um den Zugang zu Ressourcen und Macht.

Welche Rolle kann und soll die Politik bei der Gestaltung der Gesellschaft und ihrer Lebenswelt spielen?

Gestaltung kann und soll Politik nicht ersetzen. Es braucht den gesellschaftlichen Diskurs darüber, welche Lebenswelt wir anstreben. Für diesen Diskurs sollte die Politik sorgen.

Sie treten entschieden gegen den Wiederaufbau von historischen Gebäuden ein, wie zum Beispiel des Berliner Stadtschlösses – andere brennen leidenschaftlich dafür.

Welche zeitgenössischen Gebäude könnten in Zukunft so viel Emotionalität hervorrufen?

Rekonstruktionen sind gar nicht so populär, wie man uns glauben machen will. Wenn Rekonstruktionen zum Volksentscheid gestellt wurden, wie in Leipzig und in Magdeburg, wurden sie abgelehnt. In Potsdam hat der Stadtrat mit Tricks eine Volksentscheidung verhindert, um das Rekonstruktionsprojekt nicht zu gefährden. Zum anderen: Es gibt durchaus zeitgenössische Architekturen, die sehr populär sind, etwa das *Guggenheim*-Museum in Bilbao oder das *Centre Pompidou* in Paris.

Das Motto der IBA Stadtumbau 2010, die sich mit kreativen Lösungen für die sich verändernde Stadt beschäftigte, lautete „Weniger ist mehr“ – wann darf es etwas mehr sein?

Es braucht mehr Zeit, mehr Wissen, mehr Bescheidenheit und Umsicht, mehr Großzügigkeit, mehr Sensibilität, mehr ästhetischen Gestaltungssinn ...

Welche konkreten Entwicklungen in Design, Kunst, Architektur, Wirtschaft, Wissenschaft oder Politik haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Die Idee des Prosumenten: dass der passive Konsument abgelöst wurde von dem Modell des Co-Produzierenden.

Was verändert sich dadurch, wenn jeder tendenziell mitgestalten kann?

Wenn man eine Sache mitproduziert, mitentwickelt, hat man ein Wissen darüber, wie das Produkt entsteht, und ist auch eher in der Lage, es zu reparieren. Man hat eine stärkere emotionale Bindung und ersetzt das Produkt nicht so schnell durch ein anderes. Mitgestaltung ist auch eine Art der Demokratisierung: Nicht ein Designer oder eine Designerin legt etwas für Millionen von Menschen fest, sondern es gibt verschiedene Beteiligte, die an der Ausgestaltung von physischen Dingen oder Dienstleistungen mitwirken. Man entwickelt ein aktives Verhältnis zu den Gegenständen und auch zu dem gesamten Lebenszyklus. Das hat wieder

mit dem Anthropozän zu tun: Wenn einem der Prozess der Produktion nicht transparent ist, ist man sich ja auch nicht bewusst über die Schwierigkeiten, die damit einhergehen. Das Aufheben dieser klaren Rollenverteilung produziert andere Verhältnisse, das finde ich sehr anregend.

Welche drei Gebäude von heute werden unsere Gegenwart und ihr Lebensgefühl repräsentieren?

In einer eher pessimistischen Variante:

- Die neuen Headquarters der IT-Firmen im Silicon Valley als Orte eines kreativen Totalitarismus.
- Das Berliner Schloss als postfaktische Identitätsstiftung.
- Die Zäune an der EU-Außengrenze und der US-mexikanischen Grenze als Architekturen globaler Ungleichheit.
- Eine Slumbekämpfung in Lagos als Ausdruck der prekären Urbanisierung von Afrika.

Und in einer optimistischen?

... fällt mir so schnell nicht ein.

Gefragt nach drei Best-Practice-Beispielen aus der Architektur und Stadtplanung:

Welche überzeugten Sie besonders und warum?

Die Villa *Floirac* von Rem Koolhaas: aus einer Begrenzung einen Mehrgewinn schaffen. Die Idee bei dieser Villa für einen Rollstuhlfahrer war, die Welt ins Haus zu holen. Also auf sehr begrenztem Raum, den dieser Mensch wenig verlassen konnte, eine möglichst komplexe Erfahrungswelt aufzubauen.

Dann die Siedlung *Malagueira* in Evora von Alvaro Siza: ein sozialer Wohnungsbau, der alltagspraktisch ist. Durch eine geschickte Form der Varianz struktureller Parameter erlauben diese Wohnungs- und Reihenhäuser trotzdem individuelle Aneignungsformen, die das Ganze nicht monoton werden lassen. Für mich eine gelungene Weiterentwicklung des Siedlungsthemas der 20er-Jahre.

Und der Platz *Léon Aucoc* in Bordeaux von Lacaton & Vassal (vgl. S. 124): Nichts tun! Hier hat man sich bewusst gegen die Neugestaltung eines Platzes entschieden als klare These, dass die Abwesenheit eines gestalterischen Eingriffs manchmal besser sein kann. Meiner Meinung nach ist das ein sehr souveräner Umgang mit der Rolle von Gestalter_innen.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass die weltweiten Wirkungen der neuen rechtspopulistischen US-Regierung sich als weniger katastrophal erweisen, als man gegenwärtig befürchten müsste.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Das würde ich auch gerne wissen!

PLACE LÉON AUCOC

Lacaton & Vassal

Gestalten, ohne einzugreifen: Die Geste der Architekt_innen Anne Lacaton und Jean-Philippe Vassal ist still, in ihrer Konsequenz jedoch radikal. Das Projekt *Place Léon Aucoc* entstand 1996 im Rahmen eines Plans der Stadt Bordeaux, Architekt_innen mit der Verschönerung mehrerer Areale zu beauftragen. Der dreieckige Platz Léon Aucoc, gelegen in einem Viertel mit gut erhaltenen Wohnhäusern und einfachen, formschönen Fassaden, wird umsäumt von Zitronenbäumen und Bänken und bietet Spielraum für das französische Pétanque. Bereits bei ihrer ersten Besichtigung nahmen die Architekt_innen die Schönheit des Platzes in seinem Sosein wahr sowie seine harmonische und ruhige Atmosphäre, wie sie erst durch jahrelange Nutzung durch seine Anwohner_innen entsteht. Was gab es hier zu verbessern? Ein anderer Boden? Modernere Lampen und Bänke? Anne Lacaton und Jean-Philippe Vassal entschieden sich schließlich dafür, nichts zu tun und das für den Umbau vorgesehene Geld in die langfristige Erhaltung und Pflege des Platzes zu investieren. Die architektonische Vermeidungsstrategie von *Lacaton & Vassal* erweitert den Horizont von Planung und Gestaltung: Sie änderten die Wahrnehmung des bereits Gegebenen durch Wertschätzen, Vermitteln und Weiterentwickeln der vorhandenen Qualität.





GRAMSCI MONUMENT

Thomas Hirschhorn

„Die Entscheidung für Forest Houses in der Bronx (New York) als Ort der Realisierung des *Gramsci Monument* ist eine essenzielle. Eine so wichtige Entscheidung kann nur nach einem langen Prozess der Feldforschung getroffen werden, weder von einer Institution noch von einer Verwaltung – es ist eine künstlerische Entscheidung und als solche das Ergebnis eines Prozesses. Letztendlich waren acht Orte in der engeren Auswahl, alle in der Bronx: Castle Hill, Soundview, Monroe Houses, Patterson, Bronx River, Claremont, Butler Houses und Forest Houses. Dort habe ich mich mehrmals mit Bewohner_innen getroffen, die sich aktiv in ihrem Viertel engagieren. Die Auseinandersetzung mit ihnen war äußerst erhellend, witzig und hilfreich. Ich bewundere ihren Einsatz, ihre Hingabe für das Viertel und ihre gedankliche Auseinandersetzung damit.

Ich liebe es, Feldforschung zu betreiben, ich liebe es, dabei alleine zu arbeiten, ich liebe es, dem Anderen mittels einer Idee zu begegnen, ich liebe es, eine mir selbst auferlegte Mission zu verfolgen und ich liebe es, dies durch Kunst auszudrücken. Es ist die Frage nach der Universalität und der Autonomie von Kunst mit einer sehr einfachen und direkten Geste. Dreh- und Angelpunkt meiner Feldforschung ist immer



die Bitte um Hilfe, weil ich ein ‚Presence and Production‘-Projekt im öffentlichen Raum nicht alleine machen kann. Die Hilfe kann von Bewohner_innen, Besucher_innen oder jemand anderem kommen, der oder die mir dort begegnet, während ich – dem Produzieren verpflichtet – für meine Arbeit kämpfe. Ko-Operation kann als Geschenk der Bewohner_innen passieren. Nicht ich – der Künstler – bin es, der vorgibt, zu helfen, sondern im Gegenteil, ich – der Künstler – bin es, der um Hilfe bittet. Mein Vorschlag ist: „Seid ihr – als Bewohner_innen dieses Ortes – einverstanden, mir – dem Künstler – zu helfen, das *Gramsci Monument* zu realisieren? Schaffen wir das gemeinsam in Ko-Operation und Ko-Existenz?“

Dadurch wird klar, dass ich nicht derjenige bin, der den Ort für das *Gramsci Monument* ‚ausgesucht‘ oder ‚gefunden‘ hat. Die Entscheidung über den Ort kommt offensichtlich von den Bewohner_innen, sie kann nicht von mir kommen oder aufgrund architektonischer oder geografischer

Voraussetzungen fallen. Die Bewohner_innen sind diejenigen, die mich einladen, die mir zustimmen und die bereit sind, mich in meinem Arbeiten zu unterstützen, hier in ihrem Viertel, auf ihrem Grund und Boden. Meine Aufgabe besteht darin, Bedingungen für eine Begegnung zu schaffen, mich mit dem Anderen auseinanderzusetzen und ihn letztendlich vom Sinn und der Ernsthaftigkeit des *Gramsci Monument* zu überzeugen. Das ist der schwierigste und zugleich schönste Teil der Arbeit. Es ist der Moment, in dem ich einzig durch meine Idee dem Anderen begegne, mit ihm über aktuelle Kunst und Kunstwerke diskutiere. Es ist ein Moment der Anmut, wenn ich – erneut – begreife, dass es möglich ist, mit jedem einzelnen Anderen.

Leitfaden für das *Gramsci Monument* ist Präsenz und Produktion: Ich nenne es daher ein ‚Presence and Production‘-Projekt. So bezeichne ich Arbeiten, die meine Präsenz vor Ort ver-

langen und bei denen meine Produktion innerhalb einer bestimmten Zeit, an einem bestimmten Ort, in der Ko-Operation mit anderen stattfindet. Ich glaube, es ist wichtig, seine eigenen Ausdrücke zu verwenden, Ausdrücke, die man als Künstler selbst geschaffen hat und mit denen man einverstanden ist.

Ich verwende in Bezug auf meine Arbeit nie den Begriff ‚partizipative Kunst‘, weil jeder, der etwa ein Ingres-Gemälde betrachtet, partizipiert, sogar dann, wenn es keiner bemerkt. Ich verwende nie die Begriffe ‚Educational Art‘ oder ‚Community Art‘ und meine Arbeit hatte nie irgendetwas mit ‚Relational Aesthetics‘ zu tun. Der Andere steht in keiner bestimmten Verbindung mit Ästhetik. Sich an ein ‚nicht-exklusives‘ Publikum zu richten, bedeutet, sich der Realität, dem Scheitern, der Erfolglosigkeit, der Grausamkeit von Desinteresse und der Unvergleichbarkeit komplexer Situationen zu stellen. Partizipation kann kein Ziel sein, Partizipation kann kein Zweck sein, Partizipation kann

nur ein günstiges Ergebnis sein. Das Erarbeiten von ‚Presence and Production‘-Projekten fordert meine absolute Verantwortung. Manchmal wird es falsch verstanden, aber das ist es, was ich mit „Ich bin ein Künstler und kein Sozialarbeiter“ meine.

Das *Gramsci Monument* wird als Bejahung eines autonomen Kunstwerks bestehen, das aus einer Geste der Liebe entstanden ist. Einer Geste, die nicht unbedingt nach einer Antwort verlangt, sie ist utopisch und konkret zugleich. Ich möchte eine neue Form schaffen, die auf der Liebe zu einem ‚nicht-exklusiven‘ Publikum gründet. Meine Liebe zu Antonio Gramsci ist die Liebe der Philosophie, die Liebe der Unendlichkeit von Gedanken. Es geht darum, dies zu teilen, zu bejahen, zu verteidigen und diesem eine Form zu geben.“

Aus dem Englischen übersetzte Ausschnitte der Texte: ‚*Gramsci Monument‘ at Forest Houses, The Bronx, NYC* und *Presence and Production* von Thomas Hirschhorn, 2013

„KUNST GREIFT
IN DIE GESELL-
SCHAFT EIN, WEIL
SIE EINE FORM
IST – EINE FORM
AN SICH, EINE
NEUE FORM.“



Formen neu zu denken, neue Formen zu geben und mit kritischem Blick neues Licht auf die Dinge und die Welt zu werfen, ist für THOMAS HIRSCHHORN essenzielle Aufgabe der Kunst. Kunst ist widerständig. Fragen zu stellen, wesentlich. Thomas Hirschhorn will mit seiner Arbeit ein ‚nicht-exklusives Publikum‘ einbeziehen und einen ‚kritischen Körper‘ aufbauen. Er will ‚Kunst politisch‘ und nicht etwa ‚politische Kunst‘ machen, was auch impliziert, dass er Kunst im öffentlichen Raum macht. Die Haltung seines Kunstbegriffs zeigt sich bereits an den verwendeten einfachen Alltagsmaterialien – Karton, Sperrholz, Fotokopien, Alufolie und Klebeband.



Sind Sie ein Kämpfer? Wofür lohnt es sich für Sie zu kämpfen?

Ja, ich muss kämpfen. Ich habe keine Wahl, ich bin ein Kämpfer. Für die Kunst muss man kämpfen. Es geht nicht ohne Auseinandersetzung, mindestens nicht für mich. Ich kämpfe aber immer *für* etwas, nie dagegen. Ich kämpfe für meine Arbeit, für meine Position, für meine Kunst, für *die* Kunst. Deshalb auch würde ich nie sagen ‚es lohnt sich‘ zu kämpfen. Wenn ich für etwas streite, so nicht um etwas zu erhalten oder um zu siegen – ein ‚Sieg‘ ist ohnehin ungewiss – sondern ich kämpfe, weil ich kämpfen muss. Es geht nicht darum, dass man durchs Kämpfen belohnt wird. Es geht nicht um Belohnung. Meine Gedanken sind also nicht: „No Pain – no Gain.“ Es geht vielmehr darum, dass man sich einsetzt, dass man sich engagiert und dass man bereit ist, den Preis für diesen Einsatz und dieses Engagement zu bezahlen. Wenn ich mich für etwas einsetze, kann die ‚Belohnung‘ nicht das Resultat, der Erfolg oder ‚etwas, was ich erhalten hätte‘ sein, sondern die ‚Belohnung‘ ist, dass ich den Kampf geführt habe, dass gekämpft wurde. So sehe ich das und ich denke, jede Kämpferin und jeder Kämpfer weiß das!

Was interessiert Sie am Spannungsverhältnis von Kunst und Politik?

Ich arbeite im Form- und Kraftfeld von ‚Liebe‘, ‚Politik‘, ‚Philosophie‘ und ‚Ästhetik‘; wenn man ‚Form- und Kraftfeld‘ durch ‚Spannungsfeld‘ ersetzen will, ist das okay, nur: Ich arbeite nicht im Spannungsverhältnis von Kunst und Politik allein. Es wäre falsch, meine Arbeit so zu sehen. Ich weiß, dass gerne Abkürzungen gemacht werden, aber ich habe mich schon immer dafür entschieden, meine Arbeit in das Form- und Kraftfeld von ‚Liebe‘, ‚Politik‘, ‚Philosophie‘ und ‚Ästhetik‘ zu setzen. Mein Form- und Kraftfeld besteht also aus vier Elementen und ich will, dass meine Arbeit immer alle berührt, alle vier sind mir gleich wichtig. Meine Arbeit muss nicht alle Felder gleichmäßig ausfüllen, aber immer will ich, dass alle vier Felder berührt werden. Eines – aber nur eines – der vier Form- und Kraftfelder ist ‚Politik‘. Diese Wahl bedeutet, dass ich in meiner Arbeit immer die Frage stellen möchte: Was willst du? Wo stehst du? Es bedeutet auch, dass ich mich selbst dieser Frage stelle: Was will ich? Wo stehe ich? Das Feld ‚Politik‘ – wie auch ‚Ästhetik‘ – kann auch negativ gedeutet werden, dessen bin ich mir bewusst. Aber es geht nie darum, das Negative auszuschalten oder wegzudrängen, es geht darum, auch das Negative zu konfrontieren, es geht darum, auch im Negativen zu arbeiten, sich damit zu befassen, und es geht immer darum, nicht selbst negativ zu sein. Das ist es, was mich interessiert. Ich will – durch meine Arbeit – über die Negativität, über die Aktualität, über die Kommentare, über die Meinungen und über das Abwägen hinaus eine neue Wahrheit schaffen.

Das ‚Politische‘ hat viele Formen. Eine davon ist das Prekäre. ‚Politisch‘ ist, dass es sich beim Prekären nicht um ein Konzept, sondern um eine Bedingung handelt. Eine Bedingung, die gewählt oder aufgezwungen ist, eine Bedingung, die es – frenetisch und bewusst – anzunehmen gilt. Das Prekäre muss bejaht werden und dem Lager der Prekären gilt es beizutreten, weil in dieser Bejahung die Änderung, das Neue und das Revolutionäre liegt – das ist das Politische.

Das Prekäre ist eine Dynamik, ein Weg, eine Möglichkeit, eine Bedingung, die geboten wird. In der Bejahung dieses Prekären, dieses Nicht-Gesicherten, dieses Nicht-Garantierten und dieses Nicht-Etablierten kann die Zukunft liegen. Die Zukunft darum, weil das Prekäre immer kreativ ist, weil das Prekäre immer erfinderisch ist, weil das Prekäre immer in Bewegung ist, weil das Prekäre immer zu neuen Formen führt, weil das Prekäre immer eine neue Geografie bildet, weil das Prekäre immer von einem neuen Austausch zwischen den Menschen ausgeht und weil es immer neue Werte schöpft. Und könnte es nicht so sein, dass, statt sich vor dem Prekären zu schützen, statt das Prekäre nicht wahrhaben zu wollen und statt sich vor dem Prekären abwenden zu wollen, das Gegenteil – seine Bejahung – das Universelle wäre? Könnte es nicht sein, dass im Prekären – das heute von so vielen Menschen geteilt wird – die Gerechtigkeit, das Verbindende und das Gleichheitliche liegt? Da sehe ich ein Spannungsverhältnis und ich frage mich, könnte es nicht da liegen, das ‚Politische‘?

Sind Krisen, Um- und Einbrüche immer der Nährboden für künstlerische Praktiken politischer Natur?

Ja, für alles Kreative. Das Kreative entsteht nicht durch und nicht mit Satttheit, Wohlstand und Luxus. Antonio Gramsci hat gesagt: „Eine Krise besteht darin, dass das Alte stirbt und das Neue nicht geboren werden kann.“ In der Krise liegt ungeahntes Potenzial für Kreatives und aus der Krise heraus kann sich etwas entfalten, kann etwas geschöpft werden. Krisenmomente sind Momente der Entscheidung, deshalb heißt Kunst machen, sich entscheiden. Und ‚Kunst politisch machen‘, heißt, sich für etwas entscheiden.

In welcher Form befragen Sie die Welt, denken Sie Dinge neu?

Indem ich eine neue Form denke und gebe. Das will ich und versuche es mit jeder einzelner meiner Arbeiten. Das ist mein Beitrag: Form geben, eine neue Form geben. Ich frage mich: Kann ich mit und in meiner Arbeit einen ‚kritischen Körper‘ erschaffen? Einen Körper, eine Form, etwas, was ein Eingriff ist, etwas, was ‚kritisch‘ ist. Das heißt: Ein Körper, der kritisiert, der kritisiert werden kann, ein Körper, der in einem kritischen Zustand ist. Auf der Kippe, zwischen Leben und Tod. Das ist meine Ambition, das ist meine Mission, so befrage ich die Welt.

Im musealen Raum, im ‚alternativen‘ Raum, im kommerziellen wie im öffentlichen Raum. Ich frage mich dabei immer: Mit welchem Begriff und mit welcher Form interveniere ich – in und durch meine Arbeit? Mit welcher Form kann ich ein neues Licht auf die Dinge, auf die Welt werfen? Durch die Dimension meiner Arbeit, durch ihre Materialität, durch ihre Prekarität, durch ihre Dichte, durch ihre Geladenheit, durch ihre Notwendigkeit, durch ihre Dringlichkeit, durch ihre Klarheit? Und ich frage mich: Können neue Begriffe, meine Begriffe – wie ‚Präsenz und Produktion‘ oder ‚Non-Programmation‘ – mir dabei helfen, eine neue Form zu schaffen? Wenn ich sage: Ich will Form geben, heißt das, eine Form, die von mir kommt. Ich will und muss mit dem mir eigenen operieren, meiner Form. Form geben heißt – im Gegensatz zu einer Form machen – mit ihr eins sein. Ich muss aushalten können, mit dieser Form alleine zu sein. Es geht darum, die Form hochzuhalten, die Form zu behaupten und sie zu verteidigen. Es geht darum, sich der Formfrage zu stellen und zu versuchen – durch die Formgebung, nicht durch bloße Theorie – eine Antwort zu geben. Als Künstler bin ich weder Theoretiker noch Praktiker, meine Arbeit muss darüber hinausgehen. Ich muss mich der großen künstlerischen Herausforderung stellen: Wie kann ich eine Form geben, die eine Position bezieht? Und wie kann ich eine Form geben, die allen Tatsachen widersteht?

Worin liegt der Unterschied zwischen politischer Kunst und Kunst auf politische Weise zu machen?

Die Begriffe ‚politische Kunst‘, ‚engagierte Kunst‘, ‚politische_r Künstler_in‘ oder ‚engagierte_r Künstler_in‘ werden heute sehr oft benutzt. Diese Vereinfachungen und Abkürzungen sind schon lange überholt. Es sind billige und denkfaule Klassifizierungen. Keine Sekunde denke ich, ich sei mehr ‚engagiert‘ als ein anderer Künstler. Keine Sekunde denke ich, ich sei ein ‚politischer Künstler‘. Als Künstler muss man total engagiert sein mit seiner Kunst. Es gibt keine andere Möglichkeit, wenn man etwas erreichen will mit seiner Kunst, außer ein totales Engagement. Das zählt für jede Kunst. Es besteht heute eine große Konfusion um die Frage, was ‚politisch‘ sei. Mich interessiert nur das wirklich Politische, das Politische, das impliziert: Wo stehe ich? Wo stehen die Anderen? Was will ich? Was wollen die Anderen? Die Politik der Meinungen, der Kommentare und der Mehrheitsfindungen interessiert mich nicht und hat mich nie interessiert. Denn es geht mir darum, meine Kunst politisch zu machen, es geht mir nicht – es ging mir nie – darum, politische Kunst zu machen. Den Satz „Kunst politisch machen – nicht politische Kunst machen“ habe ich von Jean-Luc Godard. Er hat gesagt: „Es geht darum, Filme politisch zu machen, es geht nicht darum, politische Filme

zu machen.“ Aber was heißt: Kunst politisch machen? Kunst politisch machen heißt, etwas zu erschaffen. Etwas erschaffen, etwas schöpfen kann ich nur, wenn ich mich positiv zur Wirklichkeit verhalte, auch zum harten Kern der Wirklichkeit. Aber es geht darum, die Lust, die Freude, den Spaß an der Arbeit, das Positive am Schaffen, das Schöne am Arbeiten nie durch Kritik ersticken zu lassen. Es geht nicht darum, unkritisch zu sein oder keine Kritik zu üben – es geht darum, trotz schärfster Kritik, trotz kompromissloser Ablehnung und trotz unbedingten Widerstandes positiv zu sein, etwas zu erschaffen. Es geht darum, eine Behauptung zu wagen, eine Setzung zu machen, eine Setzung, die über die Kritisiererei hinausgeht. Ich will kritisch sein, aber ich will mich nicht vom Kritischsein neutralisieren lassen. Ich will versuchen, auch über die von mir selbst ausgeübte Kritik hinauszugehen und ich will es mir nicht durch – narzisstische – Selbstkritik einfach machen, das ist das Politische.

Etwas erschaffen heißt, sich zu riskieren, das kann ich nur, wenn ich eine Arbeit mache ohne – im gleichen Moment – zu analysieren, was ich mache. Ich will positiv, bejahend sein – mitten im Negativen, in der Ablehnung. Weil ich positiv sein will, muss ich den Mut aufbringen, auch das Negative zu berühren, da sehe ich das Politische dabei.

Ich will mich nie als Künstler beklagen, denn es gibt keinen Grund dazu – ich kann etwas tun, ich kann meine Arbeit machen, ich kann etwas erschaffen – das ist das Politische.

Ich will mich universellen Problematiken stellen, deshalb muss ich mit dem mich Umgebenden arbeiten, mit dem, was ich kenne und was mich betrifft, aber nicht, um damit der Versuchung des Partikularen, dem Biografischen zum Beispiel, zu erliegen, sondern im Gegenteil: um Universalität zu berühren. Dem, immer ausschließenden, Partikularen muss widerstanden werden. Für mich heißt das, dass ich meine Arbeit, die ich heute und hier mache, als eine universelle Arbeit verstehe – das ist das Politische.

Von Ihnen stammt der Ausspruch: „Kunst ist – weil sie Kunst ist – Widerstand. Kunst ist aber nicht Widerstand an sich. Kunst ist widerständig, weil sie allem schon Dagewesenen und Bekannten widersteht.“ Wir fragen uns: Wie kann Kunst losgelöst von bereits Dagewesenem und Bekanntem dann erscheinen?

Ich denke doch: Kunst ist Widerstand an sich. Ich weiß nicht, ob mein Zitat falsch interpretiert wurde oder ob es falsch wiedergegeben wurde, denn ich insistiere: Kunst ist – als Kunst – widerständig! Kunst widersteht politischen, kulturellen, ästhetischen Gewohnheiten. Kunst widersteht der Moral und der Aktualität. Kunst ist – weil sie Kunst ist – Widerstand. Kunst ist aber nicht Widerstand gegen etwas,

Kunst ist Widerstand an sich. Als Behauptung, Bewegung, Glauben, Intensität ist Kunst positiv. Sie widersteht der Tradition, der Moral und der Tatsachenwelt. Kunst widersteht jeder Argumentation, jeder Erklärung und jeder Diskussion. Ich habe keine Angst vor Widerstand, Widerspruch oder Komplexität. Widerstand ist immer verbunden mit Reibung, Konfrontation, Zerstörung, aber auch mit Kreativität. Widerstand ist Konflikt zwischen Kreativität und Zerstörung. Ich selbst bin ‚Konflikt‘ und ich will, dass meine Arbeit in der Konfliktzone steht, dass sie sich im Konflikt aufrichtet und dass sie darin widerständig ist. So sehe ich und so verstehe ich, dass etwas Neues erscheint.

Warum glauben Sie an die Autonomie der Kunst und sprechen sich gegen die Bedeutung von Kontext in Ihrer Arbeit aus? Kann ein kritischer Körper überhaupt ohne Kontext entstehen?

Ich bin nicht gegen ‚den Kontext‘, nicht in meiner Arbeit und auch nicht allgemein, nur ist für mich ‚der Kontext‘ etwas, was schon da ist, etwas, was besteht, etwas, was ich weiß. Ich muss und will mit ihm arbeiten, wissentlich, dass ‚der Kontext‘ nicht ‚an sich‘ besteht. Kunst – aber – ist ‚an sich‘, weil Kunst etwas Autonomes ist. Es ist die Autonomie der Kunst mit der sie – unter anderem – in den Kontext eingreift. Ich glaube an die Autonomie der Kunst. Ich glaube daran, weil es das Autonome des Kunstwerkes ist, was das Absolute, was das Präzise und was das Schöne ergibt.

Laufen wir als bedeutungstiftende Wesen Gefahr, Kunst zu instrumentalisieren?

Kunst, ich meine wirkliche Kunst, kann nicht instrumentalisiert werden. Ich würde allen meinen Glauben an die Kunst – meine Freude an der Kunst und meine Hoffnung auf Veränderung durch die Kunst – verloren geben, wenn ich davon ausgehen würde, dass Kunst instrumentalisiert werden kann, aber es ist – wie bei allem – klar, dass Versuche, die Kunst zu instrumentalisieren stattfinden. Dem müssen der Künstler und die Künstlerin widerstehen. Wenn sie in ihrer Arbeit einer Instrumentalisierung nachgeben, wird sich die Kunst zur Wehr setzen. Die Kunst darf man nicht verraten.

„As an artist, I don’t want to dream or escape reality“, sagten Sie einmal. Was ist falsch an der Realitätsflucht und am Träumen?

Ich bin auch dafür, einen Traum zu haben. Mein Traum ist durch und mit Kunst die Welt – in ihrer Realität – zu verändern. Dafür aber darf ich nicht Träumerei oder Realitätsflucht verfallen, denn ich weiß, dass durch Realitätsflucht oder Träumerei keine Dynamik entfaltet werden kann. Ich will – mitten in der Realität, im Chaos, im komplexen, im überkomplexen ‚Heute‘ – ein Kunstwerk schaffen, es behaupten und es – als Kunst – verteidigen. Das ist es, was ich will,

aber ich kann nicht für andere bestimmen was ‚falsch‘ oder ‚richtig‘ wäre. Ich muss mich selbst fragen: Warum denke ich, was ich denke? Warum mache ich, was ich mache? Warum benutze ich das Werkzeug, das ich benutze? Warum benutze ich die Form, die ich gebe?

Wie kann Ihre Kunst Werkzeug für andere werden, um die Welt kennenzulernen, um sich mit der Realität zu konfrontieren, um sich mit der Zeit, in der wir leben, auseinanderzusetzen? Welche Rolle spielt ‚der Andere‘ in Ihrer Arbeit?

„L'autre est en moi, parce que je suis moi. De même, le 'Je' périt, dont l'Autre est absent'." Dieser großartige, wichtige Ausspruch von Edouard Glissant (aus dem Buch: *L'intention poétique*), ist für mich eine Richtlinie. Niemandem wird in der Kunst, in meiner Arbeit, eine Rolle zugeteilt, das entspricht nicht meinem Kunstverständnis. Ich denke nicht, dass man Kunst machen kann, wenn man an ‚Rollenverteilung‘ denkt oder das praktiziert. Vielmehr kann Kunst – weil sie Kunst ist – Wahrheit schaffen. Das ist nicht so einfach, wie es sich anhört. Denn es geht dabei nie um ‚meine‘ Wahrheit, es geht um ‚Wahrheit‘, die ich mit ‚Form‘ geben kann. Ich glaube, wenn ich wirklich Form gebe, dann kann diese Form – über alle ästhetischen und kulturellen Gewohnheiten hinaus – ‚Wahrheit‘ schaffen. Die Verbundenheit von Wahrheit und Form ist etwas Grundsätzliches und Allgemeingültiges und sie ermöglicht mir, ‚Kunst‘ als Werkzeug zu verstehen – oder als Waffe. Ich will durch das Werkzeug ‚Kunst‘ mit der Realität in Kontakt treten. Ich will mit dem Werkzeug ‚Kunst‘ die Welt kennenlernen und ich will das Werkzeug ‚Kunst‘ benutzen, um den Anderen einzuschließen – nie will ich mit dem Werkzeug ‚Kunst‘ den Anderen ausschließen. Dieses Werkzeug kann jeder benutzen, muss jeder benutzen können. Was ich machen kann und was ich machen will, ist, eine Form zu geben, die den Anderen implizieren kann. Ich will eine Arbeit machen, die einschließt, die niemanden ausschließt, eine Arbeit, die niemanden einschüchtert und ich will eine Form geben – angreifbar, prekär, kritisierbar, unstabilisiert. Ich will eine Form geben, die auf Liebe und Überzeugung zu Universalität, Gerechtigkeit, Gleichheit und Wahrheit beruht.

Wird die Wirkungsweise Ihrer Kunst im öffentlichen Raum anders als im musealen Raum entfaltet?

Die Wirkung meiner Arbeit ist die Gleiche. Es muss die gleiche Wirkung sein! Meine Arbeit muss die gleiche Wirkung haben, sind doch die gleichen Personen im Museum und auf der Straße – in anderen Proportionen bestimmt –, aber es sind die gleichen. Im Übrigen gehe ich nie von einer möglichen ‚Wirkung‘ meiner Arbeit aus, sondern immer nur von der Frage: Was will ich mit meiner

Arbeit? Welche ist die Form meiner Arbeit, meine Form? Denn, wenn ich es schaffe – durch und mit meiner Arbeit –, jemanden, eine Person zu implizieren, dann doch, weil ich für die Anderen arbeite. Für die Anderen zu arbeiten heißt, zuerst für den Anderen in mir selbst zu arbeiten und es heißt auch, für ein ‚nicht-exklusives Publikum‘ zu arbeiten. ‚Kunst politisch machen‘ heißt genau auch, für ein ‚nicht-exklusives Publikum‘ zu arbeiten und es heißt nicht, für ein Zielpublikum zu arbeiten. Der Andere bin ich, aber der Andere kann mein Nachbar sein, es kann ein Fremder sein, jemand, der mir Angst macht, den ich nicht kenne und auch nicht verstehe. Der Andere ist jemand, an den ich nicht gedacht habe und den ich nicht erwartet habe. Das nicht-exklusive Publikum sind nicht einfach ‚alle‘ oder ‚die Masse‘ oder ‚die Mehrheit‘. Das nicht-exklusive Publikum besteht aus den Anderen, den manchmal mehr oder manchmal weniger ‚Anderen‘. Ich will – durch und in meiner Arbeit – immer für ein nicht-exklusives Publikum arbeiten. Ich will alles daransetzen, den Anderen nie von meiner Arbeit auszuschließen, ich will ihn immer und unbedingt einschließen. Ich will den Anderen durch die Form meiner Arbeit einschließen. Der Andere ist auch der Grund, weshalb ich keinen Unterschied zwischen Arbeiten im öffentlichen Raum, in der kommerziellen Galerie, auf der Kunstmesse, im Museum, in der Kunsthalle, im alternativen Kunstraum mache – das ist das Politische. Für den Anderen zu arbeiten, gibt mir die Möglichkeit, mich als Künstler außerhalb des ‚Spektrums der Abwägenden‘ zu bewegen.

Braucht Gesellschaft überhaupt Kunst?

Ich kenne niemanden, der behauptet, es brauche keine Kunst, keine Philosophie, keine Poesie, so auch ich: Ich brauche Kunst! Kunst greift in die Gesellschaft ein, weil sie eine Form – eine Form an sich, eine neue Form – ist. Kunst erschafft, behauptet, verteidigt und etabliert schlussendlich diese Form. Dies geht wiederum nicht ohne Konflikt, nicht ohne Missverständnis und nicht ohne Widerstand. Zweifel, Skepsis und Misstrauen der Kunst gegenüber sind Ausdruck von Verunsicherung und von Neutralisierung der Gesellschaft durch Journalismus, durch die Diktatur des Kommentars, der ‚Meinung‘ oder der sogenannten ‚öffentlichen Meinung‘. Kunst aber kann – ganz einfach weil sie Kunst ist – einen Dialog oder eine Konfrontation provozieren. Kunst greift in die Gesellschaft ein, weil sie es schaffen kann – und schaffen muss – jeden Menschen zu implizieren. Kunst greift in die Gesellschaft ein, weil sie – als Kunst – die Kraft und die Macht zur Veränderung hat – die Veränderung jedes Einzelnen.

Das Interview führten Nicole Blacha und Louise Stölting.

TBA21

Francesca Habsburg

Die Ozeane retten mit Kunst. Francesca Habsburg (vgl. S. 140) stößt experimentelle Projekte und unkonventionelle Prozesse an, bei denen Künstler_innen und Wissenschaftler_innen neue Perspektiven und Erkenntnisse für die Untersuchung der Weltmeere und für die Lösung global relevanter Probleme vermitteln. Mit der Stiftung *Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (TBA21)* reagiert sie auf das veränderte Selbstverständnis innerhalb der Kunst und definiert Förderung durch Erteilung konkreter Aufträge neu. Künstler_innen können mit größtmöglicher Freiheit und über lange Zeiträume hinweg ‚Auftragsarbeiten‘ ausführen, Grenzen überwinden und Neues wagen. Das Symposium *The Forgotten Space*, das im September 2016 auf der kroatischen Insel Lopud stattfand, zeigt beispielhaft den prozessualen Charakter: Ausgehend von der fotografischen und filmischen Arbeit Allan Sekulas beschäftigten sich Gestalter_innen verschiedener Disziplinen mit den prekären geopolitischen Gefügen und Arbeitsverhältnissen auf den Meeren und in den Häfen, wo – nahezu unbemerkt – die Verschiffung und Verteilung von Gütern über unsere globalisierte Welt stattfindet. Durch die Zusammenführung verschiedener Sichtweisen und Methoden wurde das Seminar zu einer Plattform für ausführliche thematische Untersuchungen, trans- und interdisziplinären Austausch und letztlich Innovation.



„MIT KUNST DIE MEERE RETTEN.“



FRANCESCA HABSBURG initiiert mit ihrer *Stiftung Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (TBA21*, vgl. S. 138) neue Allianzen zwischen Kunst und Wissenschaft im Hinblick auf die Erforschung und Rettung der Meere und Ozeane. Der Kunst war sie schon immer auch als Sammlerin verbunden, doch jetzt geht sie radikal neue Wege, bei denen es nicht mehr nur um Kunst, sondern um Wissensproduktion und Kommunikation geht. Um unkonventionelle Lösungen für die ökologischen Probleme der Erde zu erarbeiten, vergibt sie Aufträge an interdisziplinäre Teams und Künstler_innen, die durch ihre Glaubwürdigkeit eine besonders wichtige Rolle spielen. Die Wissenschaft ist dabei das große Narrativ, das die verschiedenen Ansätze zusammenbringt.

→

Sie gelten als eine der einflussreichsten Spielerinnen in der Kunstwelt. Trotzdem scheint Sie das nicht auszufüllen. Glauben Sie nicht mehr an die Kunst?

Das stimmt ganz und gar nicht, ich habe einen unbändigen Glauben an die Kunst und die Rolle, die sie in der Welt einnimmt. Kunst hat das Potenzial, die komplexesten und dringendsten Themen unserer Zeit unabhängig zu beleuchten und dadurch Veränderungen zu bewirken. Der Kunstmarkt ist allerdings vollkommen überbewertet! Ich glaube fest an eine Renaissance der Philanthropie. Es kommt jetzt darauf an, etwas zu tun.

Was denn? Die Welt zu retten?

Vielleicht ein bisschen. Zum Beispiel tagt in Jamaika einmal im Jahr die UNO-Behörde für die Nutzung des Meeresbodens und den Tiefseebergbau. Dort wird über die Zukunft der Weltmeere entschieden. Eine Vielzahl von Staaten und Organisationen sind daran interessiert, nicht nur die Meere, sondern auch den Meeresboden auszubeuten. Dort ruhen Manganknollen – das sind Gebilde, die Koltan enthalten, also den Stoff, den wir für unsere Handys brauchen. Niemand weiß, was ein solcher Bergbau unter dem Meeresgrund für Probleme mit sich bringen könnte. Manche sagen, die Aufwirbelungen könnten das Meer und sein Ökosystem für immer verändern.

Davon ist kaum etwas bekannt. Wie kommen Sie auf solch ein Thema, das eigentlich nur Spezialist_innen interessiert?

Die Tagungen in Jamaika finden, ebenso wie die Vorbereitungskonferenz in London, hinter verschlossenen Türen statt. Kaum jemand in Deutschland oder Europa weiß davon – obwohl es um unser Überleben geht. Das versuchen wir zu korrigieren. Und der Impuls dazu kam von einem Künstler. Es zeigt, wie Kunst auf die Wirklichkeit einwirken kann und heute eventuell sogar muss.

Und wie?

Wir sind die erste Institution der Kunstwelt, die bei diesem UNO-Organ Beobachterstatus erlangt hat. Jetzt sind wir dort zumindest in einer Position, in der wir angehört werden müssen. Wir wenden unsere transdisziplinäre Forschungspraxis auf die grundsätzlichen Fragen und Verhältnisse dort an und verankern diese Art des Denkens im bürokratischen Protokoll der *International Seabed Authority*.

Ist das Kunst? Oder Aktivismus? Wie viel Engagement sollte in der Kunst stecken?

Ich versuche etwas Neues: ein Engagement für das Meer und die Umwelt aus dem Blickwinkel der Kunst und der Wissenschaft. Ein interdisziplinäres Fellowship-Programm, das wir *The Current* nennen. Da kommen Künstler_innen, Meeresbiolog_innen, Kurator_innen, Anthropolog_innen zusammen, jenseits aller Grenzen. Das Ziel ist, gemeinsam unkonventionelle Lösungen für

unseren Planeten zu entwickeln, die von den Orten, Menschen und Lebewesen inspiriert oder zumindest informiert sind, die am meisten mit den Folgen des Klimawandels zu kämpfen haben und am direktesten betroffen sind. Dazu ist meine Kunststiftung *Thyssen-Bornemisza Art Contemporary (TBA21)* in Wien seit eineinhalb Jahren komplett darauf ausgerichtet, Künstler_innen und ihre Arbeiten direkt zu fördern, die über das Thema Ökologie arbeiten, und diese dann in unseren Ausstellungsräumen in Wien zu zeigen.

Klingt sehr ambitiös. Die Synthese von Kunst und Wissenschaft ist ein uralter Traum, vielleicht galt das noch für Leonardo da Vinci. Aber heute? Ist das nicht naiv?

Keineswegs. Der Vorteil von Künstler_innen ist ja ihre Glaubwürdigkeit. Sie vertreten keine Interessen wie Politiker_innen. Als ich meine ökologische Agenda bekannt gab, hätte ich nie gedacht, dass sich so viele Künstler_innen darum reißen würden, mitzumachen – Künstler_innen, die ich schon immer gemocht habe wie Armin Linke, der über das anthropozäne Zeitalter arbeitet, also die Tatsache, dass wir erstmals in einem Zeitalter leben, das überwiegend von Menschen beeinflusst und definiert wird. Jetzt finde ich mich in einer Gruppe mit völlig neuen Leuten wieder – Künstler_innen, Wissenschaftler_innen, Philanthrop_innen, Philosoph_innen und Aktivist_innen – in einer Dynamik, von der wir glauben, dass sie den Unterschied machen kann. Wer etwas verändern will, findet immer plötzlich neue Mitstreiter_innen um sich herum.

Wie wollen Sie das denn erreichen?

Das ist für uns eine neue Art der Navigation. Okwui Enwezor zum Beispiel hat bei der letzten Biennale in Venedig ein starkes Konzept vorgelegt. Teile der Presse sind über ihn hergefallen – und ich glaube, obwohl das natürlich nicht offen ausgesprochen wird, weil seine Biennale sehr politisch war.

Was die wissenschaftliche Community angeht, weiß ich, dass sich viele für Kunst interessieren, ja sich sogar etwas von ihr erhoffen. Das erfordert eine langfristige und außerordentlich gründliche Zusammenarbeit. Bisher war so etwas nicht unbedingt erfolgreich. Aber das kann sich ändern. Ich arbeite sehr gerne mit Künstler_innen und Architekt_innen zusammen, die einen wissenschaftlichen Hintergrund oder zumindest ein wissenschaftliches Verständnis haben. Meines Erachtens nach ist die Wissenschaft heutzutage das

große Narrativ, leider wird das nicht unbedingt deutlich, was unter anderem auch mit dem finanziellen Aspekt wissenschaftlichen Publizierens zu tun hat.

Im Ernst: Was sollen sich Kunst und Wissenschaft denn gegenseitig geben?

Künstler wie Tomás Saraceno und Ólafur Elíasson verstehen die Sprache der Wissenschaft, sind aber in der Lage, diese Ideen künstlerisch viel öffentlicher und poetischer zu kommunizieren, als das Wissenschaftler_innen können. Ernesto Neto hat zum Beispiel ein fantastisches Projekt mit einem Volk des Regenwaldes in Brasilien, den Huni Kuin, gemacht, Menschen, die enorm viel von der medizinischen Wirkung von Heilpflanzen verstehen, und so einen Diskurs in einem völlig anderen Raum eröffnet als dem üblichen. Es geht auch um Wissensproduktion und Kommunikation, nicht nur um Kunst.

Bisher ging es Ihnen aber vor allem um Kunst, oder? Und Sie haben auch Kunstwerke im großen Stil geshoppt. Woher der Wandel?

Tja, die Kunst, das war früher mein Altes Testament. Jetzt kommt das Neue Testament, das von der Natur, Ökologie, Forschung und Wissenschaft angetrieben wird. Ich sammle kaum noch – ich vergebe Aufträge.

Sie unternehmen abenteuerliche Expeditionen mit einem Forschungsschiff, der *Dardanella*, nach Papua-Neuguinea, Vanuatu oder zu den Tuamotus mit Künstler_innen und Wissenschaftler_innen an Bord. Was passiert da?

Es geht vor allen Dingen um die gemeinsame Feldforschung und darum, Künstler_innen und Wissenschaftler_innen die Möglichkeit zu geben, außerhalb ihrer vertrauten Umstände zu arbeiten und ganz andere Erfahrungen zu sammeln. Es gibt da diesen Katalysator-Moment zwischen den unterschiedlichen Gruppen. Wir vertrauen unseren Expeditionsleitern wie Uta Meta Bauer, die am *MIT* lehrte, gerade in Singapur das *NTU Centre for Contemporary Art* eröffnet hat und zahlreiche Künstler_innen und Wissenschaftler_innen mitgebracht hat. Der neue Dekan der Architektur am *MIT*, ich traf ihn gerade in Venedig, ist fasziniert.

Und die Kunst?

Als Kunstsammler_in glaubt man ja immer, das Kunstobjekt sei die Welt. Aber man gehört nicht mal zu dieser Welt. Nein, ich bin einen Schritt weitergegangen. Man redet heute viel von interdisziplinärer Arbeit. Wir sind eine der wenigen

Institutionen, die davon etwas umgesetzt haben. Zumindest haben wir riskiert, ein solches Projekt wie *The Current* zu launchen, das funktioniert – trotz aller Schwierigkeiten.

Vor Kurzem kam in Deutschland ein Buch heraus mit dem Tenor: Die Kunst ist wieder für die Reichen. Die Zeiten künstlerischen Protestes sind vorbei, alles dreht sich um den Kunstmarkt und ist käuflich. Sehen Sie das auch?

Als ich meine Stiftung 2002 gründete, wurde viel über Investition in den Kunstmarkt geschrieben. Viele Leute begannen damals, Kunst zu kaufen, man schuf Investmentfonds, spezielle Kunstfonds und alle möglichen merkwürdigen Derivate. Auch ich wurde gefragt, ob ich in Kunst investiere – und genau das hat mich dazu gebracht, nicht mehr zu kaufen, sondern in Auftragswerke zu investieren. Ich merkte, wie langweilig und repetitiv es ist, wenn alle die gleichen Sachen kaufen, die gleiche Sammlung aufbauen. Die einzige Art, anders zu sein, war Auftragskunst.

Warum wollten Sie überhaupt eine Sammlung?

Wollte ich gar nicht. Ich kam damals oft nach Berlin, traf mich einfach mit Künstler_innen. Die Künstler_innen, die ich damals getroffen habe, sind heute gute Freunde, enge Vertraute und Mitstreiter geworden. Monica Bonvicini zum Beispiel kenne ich jetzt schon seit 15 Jahren, Ólafur Eliasson war für mich immer so etwas wie ein Schlüssel. Damals war er noch nicht dieser Superstar, aber wir stacheln uns immer noch gegenseitig an, am Rand des Geschehens zu bleiben, um nicht im Mainstream zu enden. Vor Weihnachten hat er mich angerufen und gesagt: „Wir tun nicht genug! Wir müssen stärker werden! Wir müssen mehr provozieren!“

Sie wirken trotz Ihrer Position als Mäzenin immer noch reichlich rebellisch. Sie waren mal mit den Sex Pistols befreundet und vielen anderen Quergeistern. Und Sie haben gesagt: „Gute Kunst muss immer rebellisch sein.“ Sehen Sie sich als Rebellin?

Oh ja, das verliert man nicht. Das fing schon mit der Art an, wie ich in London auf die Kunstakademie gekommen bin.

Gibt es heute noch Rebellen in der Kunstwelt?

Ja, viele. Douglas Gordon ist ein guter Rebell, Ólafur Eliasson oder Chicks on Speed, aber sie sind auf eine schöne, konstruktive Weise rebellisch, es geht

um Umweltschutz und die Gleichstellung der Geschlechter. Shock Art hat mir nie etwas bedeutet.

Inzwischen kümmern Sie sich sogar um Flüchtlinge ...

Wir, unser ganzes Team, waren im Wiener Hauptbahnhof und haben als Freiwillige geholfen. Wir überlegten uns, was wir mit Flüchtlingen machen könnten, um sie zumindest übergangsweise aus den Auffanglagern zu holen und ihnen eine andere Erfahrung zu geben, als weggesperrt warten zu müssen bis sie abgewickelt waren. Dann fanden wir heraus, dass sie zum Deutschunterricht und für eine ‚Ausbildungstätigkeit‘ freigestellt werden konnten – das haben wir dann in einen künstlerischen Workshop mit Ólafur Eliasson eingebettet, mit Lectures, Performances und einem Filmprogramm, und so einen Begegnungsraum auch für die Nachbarschaft in unseren Ausstellungshallen geschaffen. Es ging darum, ein Signal für Offenheit und Toleranz zu senden, aber auch gemeinsam mit den Flüchtlingen etwas zu produzieren und das auch noch mit einer Lerninitiative zu verbinden. So kam es zu *Green light* – einem Projekt von Ólafur Eliasson. Das grüne Licht aus diesen Lampen sollte ein Hoffnungszeichen setzen.

Und jetzt interessieren Sie sich für den Ozean?

Das ganze Thema von *TBA 21* ist der Klimawandel, der Ozean, wie wir damit umgehen. Das unterscheidet uns von allen anderen Kunstorganisationen. Wenn man auf einem Boot ist, merkt man übrigens, wie klein man ist und wie groß das Problem.

Im Ozean und in der Tiefsee, schauen Sie, wie viel Müll da schwimmt, das nimmt die Fläche ganzer Staaten ein. Wir brauchen daher eine Gesetzgebung, genau so, wie für das Internet. Das Internet und der Ozean – sie unterliegen kaum einer regulierenden Legislation.

Jetzt finden wir überall Leute, die mitmachen wollen, von Versicherungsgesellschaften bis zu humanitären Organisationen. Alle wollen ihre Geschichte erzählen.

Das Schwierigste ist, etwas in uns zu ändern, das die Umwelt verändert. Abfall, Plastikflaschen, digitaler Footprint. Wir sind süchtig nach Plastik. Ich will ein natürliches Abfallsystem. Alle sagen mir: Das ist zu teuer. Ich bringe

immer meinen Beutel beim Einkaufen mit und verzichte auf Plastik. Ich denke: Vielleicht sieht es ja jemand und nimmt mich als Vorbild. Wir haben Videos ins Internet gestellt. Die kriegen Millionen Klicks und haben mehr Wirkung als jede Ausstellung. Wir werden zu *National Geographic* eingeladen, zu Konferenzen. Man nimmt uns wahr.

Und die traditionellen Kunstorte, die *Documenta* und die *Manifesta*?

Ach, wir befinden uns in einer ganz anderen Umlaufbahn. Wir fahren nicht zu den Messen nach Basel oder nach Miami – höchstens, um bestimmte Leute am Eröffnungstag zu treffen, dann bin ich wieder weg. In diesen Zirkeln sind wir Exoten. Wir sehen anders aus, sprechen eine andere Sprache. Da sitzt man im *Explorers Club* in New York, man ist von Menschen umgeben, die schon überall waren: auf dem Mond, den höchsten Gipfeln unserer Erde und den tiefsten Tiefen. Aber man merkt, dass man von mutigen Leuten umgeben ist, die Tolles geleistet haben und ihre Erfahrung weitergeben wollen.

Was werden Sie als Nächstes tun?

Mein Vater hat gesagt: „Der Vorteil, finanziell unabhängig zu sein, ist zu tun, was man will.“ Ich kann jederzeit meine Meinung und meine Themen ändern. Man erwartet übrigens von mir, dass ich nächstes Jahr wieder was anderes mache. Aber wir haben ein Netzwerk, das sich ständig ausdehnt, die Türen zum *MIT* und zu *Harvard* stehen offen. Manchmal fühle ich mich wie ein Kind im Spielzeugladen.

Ich bin ja eigentlich nie auf der Universität gewesen und jetzt treffe ich diese wunderbaren Menschen, die neue Korridore öffnen.

Sie haben schon mal eine Ausstellung über seltene Erden gemacht ...

Oh ja, Koltan, der Stoff, den wir für unsere Handys brauchen. Wir haben die verschiedenen Aspekte des Koltanabbaus durch Künstler_innen darstellen lassen. Die Grausamkeit, die Sklavenarbeit. Seltene Erden gibt es in Afrika und in Tibet. Menschen und Umwelt wird rücksichtslos Gewalt angetan. Und wir hängen an unseren iPhones und sagen, na ja, das ist doch nicht unser Problem.

Die eingeladenen Künstler_innen haben das thematisiert, mit allem Zorn über ihre Entdeckungen, aber die Kurator_innen haben sich gesperrt, sie sagten, sie seien nur für Kunst zuständig, nicht für Politik. Sie wollten die Kritik der Künstler_innen auch nicht in den Katalog aufnehmen.

Damals habe ich verstanden, dass das traditionelle Ausstellungsmachen nichts für mich ist. Wir brauchen ein ganz neues Prinzip. Wir müssen den Prozess offenlegen.

Manche fragen sich: Sind Sie die neue Peggy Guggenheim des 21. Jahrhunderts?

Ich fand sie toll. Okay, sie war eine ziemliche Nymphomanin und hat unglaublich viele Männer verführt, aber sie war extrem loyal – und loyal bin ich auch.

Das Interview führte Werner Bloch.

SOWETO PROJECT

Marjetica Potrč und die Klasse
Design for the Living World

Wie sich *Design for the Living World* konkret gestalten kann, hat die gleichnamige Klasse der *Hochschule für bildende Künste Hamburg* gemeinsam mit der Architektin und Künstlerin Marjetica Potrč (S. 150) im Frühjahr 2014 in Zusammenarbeit mit Bewohner_innen von Soweto in Südafrika gezeigt. Mittelpunkt des Projekts war ein öffentlicher Platz in Orlando East, der jahrzehntelang nur zur Ablagerung von Abfällen verwendet wurde. Gemeinsam wurde der Platz gereinigt, eine Bühne errichtet und ein Straßenfestival initiiert. Unter dem neuen Namen *Ubuntu Park* ist ein Projekt entstanden, das lokal verortet, aber beispielhaft für partizipatorisches Design ist. Im Vordergrund dieser Praxis steht eine gleichberechtigte Zusammenarbeit auf Grundlage unterschiedlich basierten Wissens: Nur mit den Menschen vor Ort lässt sich die Zukunft urbanen Lebens entwickeln und nachhaltig gestalten.



„ÖFFENTLICHER RAUM IST SCHLIESSLICH EINE SOZIALE VEREINBARUNG.“



Verweigerung kurzsichtiger Top-down-Strategien und die Abkehr von unpolitischer, flüchtiger Konsumkultur – im lokalen Rahmen muss ein Aufruf zur Partizipation und nachhaltigen Veränderung erfolgen. MARJETICA POTRČ lotet in ihren interdisziplinären Projekten die Möglichkeiten des gesellschaftlichen Zusammenlebens aus und regt den Austausch zwischen Expert_innen und den Menschen vor Ort an. Dabei werden neue Formen politischer, nachhaltiger Lebensarten getestet und Modelle für die Stadt der Zukunft entwickelt.



Wo sehen Sie Ihre Rolle als Designerin in der heutigen Gesellschaft?

Meine Arbeit ist im sozial engagierten Design verortet. Dabei geht es vor allem darum, kollaborative Praktiken für gemeinschaftsorientierte Projekte zu entwickeln. Sozial engagiertes Design orientiert sich an den spezifischen sozialen Bedürfnissen.

Was ist das Ziel sozial engagierten Designs?

Ziel ist es, das Leben innerhalb von Gemeinschaften zu verbessern. Gemeinsam mit Menschen vor Ort soll ein Projekt entstehen, in dem eine neue Art zu leben Ausdruck findet. Im Gegensatz zur Konsumkultur, die schnell, global und unpolitisch ist, ist diese neue Lebensart langlebig, lokal und politisch. Sozial engagiertes Design lebt von der Teilhabe der jeweiligen Gemeinschaft am Gestaltungsprozess. Er entsteht in der Zusammenarbeit mit Anwohner_innen und durch das Teilen von Wissen.

Wie gehen Sie dabei vor?

Partizipative Praktiken entwickeln wir in vier Grundschritten:

1. Mit den Menschen vor Ort sprechen und ihnen zuhören, bevor ein endgültiger Plan erstellt wird.
2. Die Gemeinschaft in den Prozess der Entscheidungsfindung und der Gestaltung involvieren.
3. Die Gemeinschaft bei der Umsetzung mit einbeziehen.
4. Die Verantwortung für das entstandene Projekt an die Bewohner_innen übergeben. Nur so wird ein nachhaltiges Projekt hinterlassen, von dem die Gemeinschaft langfristig profitiert.

Warum sind partizipative Projekte Ihrer Meinung nach heute so wichtig?

Partizipatorisches Design ist nichts völlig Neues, dabei werden Praktiken aus den 1960ern wiederbelebt und neu definiert. Es stammt sozusagen aus einer Zeit, in der gesellschaftliche Teilhabe noch lebendig und gesund war. Auf der einen Seite tragen gemeinschaftsorientierte Projekte dazu bei, Menschen im Rahmen von Nachbarschaften zu ermächtigen und zu politisieren; auf der anderen Seite erlauben es diese Projekte den Expert_innen – wie Künstler_innen,

Designer_innen und Architekt_innen – ihre Rolle neu zu definieren. Indem sie sich für ein lokales Projekt engagieren, erheben die Menschen vor Ort Anspruch auf ihre unmittelbare Umgebung, Künstler_innen und Designer_innen werden dabei zu Vermittler_innen und Mitarbeiter_innen. Und hier muss ein grundlegendes Umdenken stattfinden.

Inwiefern?

Sowohl hinsichtlich dessen, was wir unter der Rolle der Bewohner_innen und der Rolle der sogenannten Profis verstehen, aber auch hinsichtlich unseres Begriffs von Staatlichkeit, vor allem in einer Zeit der Globalisierung, Privatisierung und des Klimawandels, in der der Wohlfahrtsstaat im Zerfall begriffen ist. Die Regierenden können sich den Herausforderungen, die das Anthropozän mit sich bringt, nicht alleine stellen.

Was braucht es für ein funktionierendes Zusammenspiel auf lokaler Ebene?

Es braucht widerstandsfähige Gemeinschaften und Expert_innen, die in der Lage sind, mit den Menschen vor Ort zu arbeiten, und die vor allem bereit sind, auch von den Bewohner_innen zu lernen und ihr Wissen mit ihnen zu teilen, anstatt ihnen fertige Ideen vorzusetzen.

Eine unserer größten Herausforderungen ist es, das Vertrauen der Menschen in eine kollektive Entscheidungsfindung wiederherzustellen. Die Menschen arbeiten oft nur widerwillig mit Außenstehenden zusammen, weil ihnen jahrzehntelang eine Art künstliche Partizipation aufgezwungen wurde. Aber gerade in kleinformigen Projekten findet heute eine Wiedergeburt ernsthafter partizipatorischer Praxis statt: In Projekten, die eine ganze Gemeinschaft miteinbeziehen und schließlich als Grundbausteine für eine widerstandsfähige Stadt dienen.

Wo sehen Sie visionäre und transformative Potenziale partizipativen Designs und wo liegen die Grenzen?

Gemeinschaftsprojekte schaffen konzeptuelle Rahmenbedingungen für die Stadt der Zukunft. Sie sind lebendige Labore zur Aushandlung neuer sozialer

Vereinbarungen. Engagement gibt es in unterschiedlichen Dimensionen. Es kann sich an die unmittelbare Nachbarschaft oder die ganze Stadt richten.

Ein Projekt im kleinen Rahmen kann zu einer lebendigen Arbeitsstätte werden, die ganze Gemeinden involviert, während andere Projekte Vorzeigekonzepte sind, an denen die breite Gesellschaft beteiligt wird. Es sind Konzepte für eine Stadt, die einerseits widerstandsfähiger und andererseits mehr ist als nur Zukunftsmusik. Ein Beispiel dafür ist das Referendum über den Flughafen Tempelhof in Berlin, bei dem das ursprünglich geplante Vorhaben gekippt wurde und öffentlicher Raum entstehen konnte, der offen ist für Experimente.

Welche Rolle spielt bei diesen Projekten der Einzelne?

Künstler_innen, Designer_innen und Architekt_innen müssen eine Rolle spielen, aber es liegt an jedem selbst, zu entscheiden. Man kann Teil sein im Bemühen um ein Top-down-Projekt oder versuchen, die Nachbarschaft mithilfe irgendeines ‚Creative City‘-Programms zu verschönern. Oder aber man wird Teil einer widerstandsfähigen Stadt, eines lokalen Bottom-up-Projekts, indem man sein Wissen mit den Menschen vor Ort teilt, innerhalb eines einzelnen Projekts, in einer bestimmten Nachbarschaft. Hier ist man nicht nur Vermittler_in zwischen Gemeinschaft und Regierenden, sondern für eine Form von Gesellschaft, in der die Menschen tatsächlich leben wollen – und das ist es letztlich, was zählt.

Ihre Arbeit ist in den Bereichen Kunst, Architektur und Design verortet. Welches dieser Felder hat den größten Einfluss auf Ihre Projekte?

Meine Arbeit existiert sowohl innerhalb als auch zwischen drei Praktiken: architektonische Fallstudien, die in Form von Installationen präsentiert werden, Zeichnungen und schematische Arbeiten auf Papier und kollaborative Vor-Ort-Projekte in Gemeinden. Für mich ergänzen sich diese drei Aspekte, keiner ist besser als der andere. Ich persönlich mag das *Soweto Project* (vgl. S. 148), es ist in Zusammenarbeit mit meinen Student_innen 2014 in einer Gemeinde in Südafrika

entstanden. Wir haben uns mit der Frage beschäftigt: „Was zählt: Menschen oder Objekte?“ Im *Soweto Project* haben wir mit den Bewohner_innen aus einer Nachbarschaft zusammengearbeitet, um einen Park mit einer Performance-Plattform zu erschaffen und ein Straßenfestival zu veranstalten.

Inwiefern spiegelt dieses Projekt Ihre Arbeitsweise wider?

Das Projekt steht beispielhaft für wichtige Konzepte unserer Praxis – die Plattform war ein ‚relational object‘¹, das die Zusammenarbeit fördert; das Festival steht für ‚performative action‘, die Entwicklung und Eröffnung des Parks sind Beispiele für ‚placemaking‘ und ‚rituals of transition‘. Durch die Verwendung eines neuen Vokabulars soll die Rolle der Menschen gegenüber der Rolle der Objekte oder der architektonischen Entwürfe in den Vordergrund gestellt werden. Wir nutzten bestimmte Handlungsinstrumente, um die Anwohner_innen dabei zu unterstützen, ihre Art zu leben, neu zu gestalten. Öffentlicher Raum ist schließlich eine soziale Vereinbarung.

Welche Herausforderungen ergeben sich in den partizipatorischen Projekten mit den Menschen vor Ort? Hat sich die Art der Gemeinschaftsprojekte in den vergangenen 10 bis 15 Jahren verändert?

Während wir das permanente Wachstum der Städte miterleben – 2050 werden sieben von zehn Menschen in Städten leben –, schrumpfen die Städte zu Nachbarschaften zusammen. Mag sein, dass im 20. Jahrhundert ‚Globalisierung‘, ‚Metropolis‘ und ‚Top-down-Design‘ noch vorrangige Ideen waren, heute sprechen wir über Organisation auf lokaler Ebene.

Der Wert partizipatorischer Projekte wurde auch von Menschen in Machtpositionen erkannt, die es eigentlich gewohnt sind, in weitgreifenden Top-down-Formaten zu denken und zu handeln. Die Herausforderung aber wäre es zu verstehen, wie sich lokal organisierte Projekte auf größere Formate, beispielsweise auf City-Ebene, übertragen lassen und auch auf die Gesetzgebung. Wie lassen sich die Einzelteile zu einem größeren Ganzen vereinen?

1 → Anmerkung der Redaktion: Die folgenden Begriffe stammen aus der spezifischen Praxis der Künstlerin, aus dem Bereich des partizipatorischen Designs. Es gibt dazu keine einheitliche deutsche Entsprechung, weshalb im Folgenden die englischen Wörter beibehalten werden. Siehe dazu: designfortheivingworld.com

Der Zerfall des öffentlichen Raums ist ebenfalls eine Herausforderung; die Idee eines öffentlichen Raums, als etwas in vielerlei Hinsicht Freies und Zugängliches für alle, hat heute keinen Bestand mehr, nicht nur aufgrund der zunehmenden Privatisierung, sondern auch aufgrund der wachsenden Spaltung in eine arme und eine reiche Stadtbevölkerung. Für ein Leben in der Großstadt heute müssen die Rollen neu ausgehandelt werden. Gemeinschaftsorientierte Projekte gleichen politischen Klassenzimmern, in denen Bewohner_innen ihre Stadt zurückgewinnen und ein Verständnis dafür entwickeln, in welcher Form von Stadt sie leben wollen. Sie sind Teilnehmer_innen an einem Bottom-up-Prozess, der danach strebt, die Welt neu zu gestalten. Auch wenn es eine wahrhafte Flut solcher Projekte im Verlauf der letzten 15 Jahre gab, ist es wichtig zu erkennen, dass die Entstehung der einzelnen Projekte immer im jeweiligen lokalen Kontext zu verorten ist, man orientiert sich an den spezifischen Bedürfnissen der Menschen, die dort leben. Es gibt kein anderes Rezept dafür. Außerdem besteht die Gefahr, dass Akteur_innen die Gemeinschaftsprojekte als Interventionen verstehen. So etwas geht normalerweise schief, weil diese zu schnell entwickelt werden – sie werden *für* die Bewohner_innen und nicht mit ihnen erarbeitet.

Eine weitere Gefahr birgt mangelndes Verstehen ‚von oben‘, das heißt seitens der Behörden und der Regierenden in Bezug auf das Ziel und die Rolle solcher Projekte in der Gesellschaft.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Mehr Teilhabe.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Mehr gemeinschaftsbasierte Projekte.

Welche konkreten Entwicklungen in Design, Kunst, Architektur, Wirtschaft, Wissenschaft oder Politik haben Sie in den letzten Jahren besonders durch ihren visionären Gehalt beeindruckt?

Die Ermächtigung der übrigen 90 Prozent.



FRESH AND FADING MEMORIES

El Anatsui

Übrig gebliebene Materialien des Alltags können durch künstlerische Transformation ungeahnte Schönheit entfalten – und damit ein ganz neues Bewusstsein für den Umgang mit zur Verfügung stehenden Ressourcen vermitteln. Wie wichtig dabei einprägsame Bilder und Erlebnisse im Hinblick auf eine Verhaltensänderung sein können, zeigt der in Ghana geborene Künstler El Anatsui, und zwar ohne erhobenen Zeigefinger. Er verwendet schlichte Materialien, fügt sie in ungewohnten Konstellationen zusammen und ermöglicht so eine Ahnung davon, dass Reiz und Schönheit auch in den scheinbar banalen Dingen des Alltags ruhen. Besonders spektakulär war sein filigraner Wandteppich aus Kronkorken mit dem Titel *Fresh and Fading Memories*, der 2007 die Außenfassade des historischen *Palazzo*

Fortuny in Venedig verhüllte. Der Gedanke an Recycling im klassischen Sinne von Wiederverwertung spielt dabei keine Rolle mehr. Stattdessen fügen sich die Tausende vor Ort gefundenen Kronkorken zu etwas ganz Neuem zusammen und verändern das Erscheinungsbild der kompletten Umgebung. El Anatsuis Herangehensweise lässt gebrauchtes Material einfach Material sein. Das ist in seiner Selbstverständlichkeit und Einfachheit visionär und vorbildlich, auch außerhalb der Kunst. Wünschenswert wäre dabei, dass der pekuniären Wertschätzung, die El Anatsuis Arbeit im Kunstmarkt erfährt, auch eine praktische folgen würde und dass gedankenlos verwendete Alltagsmaterialien viel stärker als bisher Beachtung als wichtige Ressource für ganz Neues finden würden.

„WIR SITZEN
MIT UNSEREM
ABFALL AUF
UNENDLICHEN
RESSOURCEN.“



Manchmal muss man sich etwas trauen, obwohl man am Ende scheitern kann oder seine Meinung ändern wird. Als Kuratorin des *Vitra Design Museums* konzipierte und entwickelte AMELIE KLEIN die Ausstellung *Making Africa – A Continent of Contemporary Design*, in der es um mehr als nur um Afrika ging. Denn Themen wie die Globalisierung, digitale Revolution, Klischees, neue Ressourcennutzung und Informalität situieren sich überall. Zeitgenössische Gestaltung findet weltweit statt und den Süden dabei näher zu betrachten, kann für den Designdiskurs genauso bereichernd sein wie jeder andere Kontinent.



Sie waren zuletzt verantwortlich für die Ausstellung *Making Africa – A Continent of Contemporary Design*. Welche Auswirkungen können solche musealen Präsentationen haben?

Für mich war es ein starkes Anliegen, einen Gegenpunkt zu bestehenden Klischees mit dieser Präsentation zu setzen. Ich denke, das hat die Ausstellung schon geschafft. Mit *Making Africa* konnte ich natürlich weder Hunger noch Korruption beenden oder gar die Welt retten. Afrikanisches Design, Kunst aus Afrika oder überhaupt kreatives Schaffen von diesem Kontinent wird in der Zukunft nicht genauso selbstverständlich museal präsentiert werden wie das aus Europa oder Amerika. Das scheint eine schon fast in der DNA verankerte Ungerechtigkeit zu sein, die unserer Welt zutiefst zugrunde liegt und die ich mit solch einer Ausstellung nicht ändern kann. Aber zumindest resultierte daraus ein Gegenargument. Und so eine Auswirkung ist, meine ich, schon mal nicht so schlecht.

Helpen Klischees bei der Annäherung an das andere oder sind sie eher hinderlich?

Grundsätzlich sind Klischees per se nichts Schlechtes oder vollkommen Falsches. Was an Klischees haftet, ist die Eindimensionalität, Einseitigkeit und sie sind reduzierend. Es gibt zu Afrika immer nur die gleichen Vorstellungen. Vier Geschichten kreisen um Afrika. Eins: das hungrige Kind. Zwei: der korrupte Diktator. Drei: der edle Wilde. Vier: der stumme Diener, den wir in Zusammenhang mit der britischen Kolonialzeit kennen. Und ganz wichtig und nicht zu vergessen: die Sonnenuntergänge und Akazienbäume. Klischees können als Orte dienen, an denen man die Menschen abholt. Es kann also durchaus wirkungsvoll sein, sich anfänglich vieler Klischees zu bedienen, um die Besucher danach wachzurütteln. Hinderlich sind Klischees dann, wenn sie in ihrer Einseitigkeit einbetoniert bleiben. In einem TED-Talk spricht die nigerianische Schriftstellerin Chimamanda Adichie über die Gefahr von Klischees: „The single story creates stereotypes. And the problem with stereotypes is not that

they are untrue, but that they are incomplete. They make one story become the only story.”

Mit welchen Vorstellungen über Europa wurden Sie konfrontiert?

Viele waren der Meinung, in Europa hätten es Designer_innen leichter. In Afrika befände man sich in der Peripherie, weitab vom Schuss. Ich möchte nicht runterspielen, dass es einen Unterschied gibt, ob man als Designer_in in Europa eher die Möglichkeit hat, nach Mailand zur renommierten Designmesse zu fahren und dort auf sich aufmerksam zu machen. Trotz dieser Option ist es aber auch in Europa nicht leichter als anderswo, Designer_in zu sein. Doch es gibt einen Aspekt, der die Startpositionen in aller Welt dramatisch angeglichen hat: das Internet.

Sie waren für die Recherche zu dieser Ausstellung viel in Afrika unterwegs. Was empfanden Sie dort als äußerst bemerkenswert und hat Sie am meisten zum Denken angeregt?

In Afrika hat die digitale Revolution mehr bewegt als 50 Jahre humanitäre Hilfe. Diese technische Entwicklung hat für den globalen Süden sehr viel getan und wirkt sozusagen nivellierend in einem guten Sinn und ermöglicht ähnliche Produktionsbedingungen für alle Designer_innen – egal, ob sie in Wien, Mailand, Lagos, Nairobi oder Johannesburg arbeiten. In Afrika fiel die Ankunft des Internets auf äußerst fruchtbaren Boden, auch, da auf diesem riesigen Kontinent gigantisch viel Landmasse überwunden werden muss. Doch in dem Moment, in dem digitale Daten im Bruchteil von Sekunden ausgetauscht werden können, wird auch dieser Kontinent kleiner und alles, was keine große Infrastruktur braucht, sondern netzartig in Erscheinung tritt, funktioniert dann sehr gut. So können informelle Strukturen den Süden organisieren. Die Festnetz-Telefonie war beispielsweise immer teuer und in Afrika schwierig zu implementieren. Mobilfunk dagegen ist in Afrika in Nullkommanichts eingeschlagen. Hier sind mehr Handys im Umlauf als in den USA oder in Europa. Man nennt so einen Vorgang ‚Leapfrogging‘. Dabei wird eine Entwicklungsstufe einfach übersprungen. Und das ist in Afrika sicherlich der Fall. Ich glaube, dass Afrika das 20. Jahrhundert einfach überspringt und im 21. Jahrhundert landet. Und zwar punktgenau.

Wie sieht eine Gesellschaft aus, die sich aus informellen Strukturen entwickelt?

Urbanist_innen haben weltweit begonnen, sich mit dem Prinzip der Informalität in den Städten auseinanderzusetzen und sind darauf gekommen, dass das Konzept der Unordnung funktionieren kann. Informalität sollte nicht als Endpunkt oder endgültige Lösung diskutiert werden, denn selbstverständlich möchte ich dabei klarstellen, dass dieses unregulierte Konzept sehr prekäre Lebensumstände nach sich zieht. Ich denke, wenn wir von Informalität sprechen, dann müssen wir die Informalität so gestalten, dass es dem Einzelnen dabei nicht schlechter geht. Informelle Strukturen finden wir aber auch im Norden. Dienstleister wie *Airbnb* oder *Uber* sind informell. Wenn wir von einer informellen Siedlung sprechen, verbinden wir damit nur negative Konnotationen. Die informelle Siedlung ist der Euphemismus für Slum. Wir müssen aufhören, so zu denken.

Macht es Sinn, in einer globalisierten Welt geografische Kategorien zu verwenden?

Nein. Es macht keinen Sinn. Das habe ich mit *Making Africa* gemacht, aber in der Zukunft möchte ich einfach Ausstellungen konzipieren, die sich einem Thema widmen und dabei natürlich Entwürfe aus unterschiedlichen Regionen der Welt – unter anderem Afrika – zeigen. Aber oftmals sind geografische Kategorien Erfindungen von Handels- und Wirtschaftskammern. Diese Etiketten haben ihre Vor- und Nachteile. Wenn man rückverfolgen kann, wo das Design genau herkommt, verkauft es sich besser. Auch skandinavisches oder italienisches Design lebt von der geografischen Etikette. Warum und welche Gestaltung wo stattfindet, das begründet sich natürlich auch in der Kultur der jeweiligen Länder, in denen unterschiedliche Ressourcen liegen und andere Rahmenbedingungen herrschen – aber wie gesagt: Wir leben in einer globalisierten, digitalisierten Welt. Heute hat jeder jederzeit Zugang zu denselben Informationen.

Welche Trends aus Afrika werden uns beeinflussen?

Ich finde den Begriff ‚Trend‘ schwierig. Afrika war mit Sicherheit in den letzten Jahren eine Art Trend, wie zum Beispiel im Kunstmarkt. Je nachdem, wie sich Angebot und Nachfrage situieren, erleben wir verschiedene geografische Einheiten als Trend. Afrikanische Kunst diente schon den Surrealist_innen,

Expressionist_innen und Fauvist_innen als Vorlage. Afrika hat uns demnach immer wieder beeinflusst. Aber es gibt auch vieles, das wir vom Süden lernen können. Und das ist zum Beispiel der Umgang mit Material. Was wir unter dem Begriff ‚Recycling‘ verstehen, gibt es in Afrika nicht. Jedoch heißt das nicht, dass Materialien nicht wiederverwendet werden. Im Gegenteil, das passiert in Afrika ständig – nur ohne den unappetitlichen Nebengeschmack von Abfall.

Brauchen wir neues Vokabular für Design?

Ich finde schon, dass wir neues Vokabular brauchen. Wenn wir zum Beispiel von Recycling sprechen, meinen wir damit die Wiederverwertung von Müll. Wenden wir dieses Prinzip in der Musik an, heißt es ‚Sampling‘ und in der bildenden Kunst ‚Collage‘, ‚Assemblage‘ oder sogar ‚Objet trouvé‘. Das sind alles wertfreiere und geschicktere Namen. Im Design sollten wir ein neues Verständnis entwickeln, das weggeht vom Gedanken an etwas, das nur halb so gut ist wie das ‚eigentlich‘ Echte, Richtige oder Neue.

Was sind die Materialien der Zukunft?

Wie eben erläutert, sitzen wir einerseits mit unserem Abfall auf unendlichen Ressourcen, die wir nutzen sollten. Andererseits gibt es sogenannte ‚intelligente Materialien‘ der Zukunft, die sich anpassen an unsere Bedürfnisse – ganz gleich, welcher Art. Es sind denkende Materialien, die uns unaufdringlich das Leben erleichtern, ohne dass man es bemerkt. Das ist etwas, wovon wir wesentlich mehr sehen werden.

Welches Beispiel hat Sie in diesem Kontext besonders durch seinen visionären Gehalt beeindruckt?

Da möchte ich auf die bildende Kunst schauen. Der ghanaische Künstler El Anatsui zum Beispiel verwendet für seine Arbeiten gebrauchte Kronkorken (vgl. S. 156). Das ist im klassischen Sinn das, was wir als Recycling verstehen. Allerdings

entsteht daraus etwas ganz Neues, das auf dem Kunstmarkt mehrere Millionen Euro wert ist. Wollen wir da wirklich noch von Recycling in unserer alltäglichen Konnotation sprechen? Wir müssen beginnen zu begreifen, dass gebrauchtes Material genauso gut ist wie jedes andere Material. Altmetall ist einfach Metall. Punkt.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Mein Wunsch wäre, dass alles sozialer und gerechter wird, als es heute ist. Es ist immer simpler in die Vergangenheit zu schauen und zu behaupten, früher war alles ‚great‘. Aber ‚great‘ ist in Zeiten der Globalisierung, im Zusammenhang mit Great Britain und auch den USA – die beide wieder ‚great‘ werden möchten – eine schwierige Angelegenheit. Der Brexit, die US-Wahlen und auch ähnliche Wahlergebnisse in Europa dürfen wir nicht als weitere kleine Anekdoten hinter uns lassen. Die Geschichte wie vor hundert Jahren darf sich nicht wiederholen.

Was muss sich heute ändern, damit er erfüllt werden kann?

Man muss es einfach aushalten können, vielleicht auch mal wahnsinnig zu scheitern. Das trauen sich nicht viele, aber um weiterzukommen, muss man es wagen, einen Fehler zu machen. Leider trauen sich seltsamerweise Rechtsradikale und Rassisten zu viel zu. Und ich frage mich, warum alle anderen so stark in der politischen Korrektheit gefangen sind. Doch man muss alle mitnehmen – in diese globalisierte und digitalisierte Welt – und nicht einfach denken, dass nur die ‚Dummen‘ Donald Trump gewählt haben. Wir leben heute in einer Zeit, in der vieles im Kopf vereinbar sein muss, was eigentlich unvereinbar scheint. Man muss erst lernen, mit dieser Polarität, mit diesen Herausforderungen und diesen Ambivalenzen umzugehen und sie zu verarbeiten. Aber das sind natürlich alles keine konkreten Änderungsvorschläge. Konkret bin ich – so wie wohl viele andere – von den aktuellen Entwicklungen erst einmal geschockt.

MZ* BALTAZAR'S LABORATORY

Obwohl Hackerspaces als offene Räume beschrieben werden, in dem ein Austausch unter Gleichgesinnten über Wissenschaft, Technologie und digitale Kunst stattfindet, sind die gesellschaftlichen Berührungsängste groß. Gerade Frauen*¹ werden von der Vorstellung einer eingeschworenen ‚Nerd-Community‘, die vor allem aus Männern besteht, abgeschreckt und wagen sich nicht an die Welt der Computer, Festplatten, Chips und Mikrocontroller heran. Mit *Mz* Baltazar's Laboratory* ist deshalb 2009 in Wien ein „inklusive, offener, sicherer und radikaler“² Ort geschaffen worden, der Frauen* und trans* Personen zum selbstbewussten Umgang mit Technologie ermutigen möchte. In Ausstellungen und Workshops, beispielsweise zur Ermächtigung in Sachen Social Media und Privatsphäre oder zur Einführung in Freie Software wie *Linux*, ist unbefangener Austausch möglich. Diese Plattform für DIY-Projekte zu Kunst, Technologie und Feminismus verbindet Frauen* nicht nur innerhalb Wiens, sondern weltweit, in und aus Kopenhagen, New York, Yogyakarta, Damaskus – Frauen*, die sich nicht mehr nur als Nutzerinnen*, sondern als Gestalterinnen* verstehen.

1 → Das Sternchen * entspricht der Schreibweise auf der Homepage des Hackerinnen*spaces: Aus Political Correctness wird nicht nur von ‚Frauen‘, sondern Frauen* und trans* Personen gesprochen, um sich nicht der Binarität zwischen Mann / Frau anzuschließen, die viele Menschen unterdrückt.

2 → www.mzbaltazarlaboratory.org



„WISSENSCHAFT- LER_INNEN UND KÜNSTLER_INNEN MÜSSEN SICH TECHNOLOGI- SCHE DENKWEISEN ANEIGNEN.“



Übliche Pfade verlassen, Dinge auf den Kopf stellen, quereinsteigen – nicht nur Anwender_in, sondern Entwickler_in sein. Die Aufforderung der Künstlerin und Forscherin STEFANIE WUSCHITZ richtet sich vor allem an weibliche Nutzer_innen. Damit wir der Daten-Ekstase und den immer neuen technologischen ‚Errungenschaften‘ nicht ohnmächtig dabei zuschauen müssen, wie sie die Zukunft ohne uns gestalten, gilt es zu handeln. Technologie ist keine Disziplin, die man den Konzernen überlassen darf und ein Hackerspace kein Ort, der nur (männlichen) Computerprofis vorbehalten ist.



Sie arbeiten an der Schnittstelle von Forschung, Kunst und Technologie. Welche Aspekte aus diesen drei Feldern sind für die Gestaltung der Zukunft besonders relevant?

Ich denke, dass Technologie in unserer Gesellschaft freier agiert als Kunst und Forschung. Oft reflektieren und analysieren Kunst und Forschung erst Monate nach einer technologischen Erneuerung, welche gesellschaftlichen Konsequenzen sie haben. Dadurch wird das Testfeld, der Versuchsrahmen, das Experiment, das in Wissenschaft und Kunst früher so essenziell und von vielen ethischen Überlegungen geleitet war, durch Technologien – die von transnationalen Konzernen profitorientiert entwickelt werden – vorweggenommen. Daher finde ich es für die Zukunft am relevantesten, dass Wissenschaftler_innen und Künstler_innen international und transdisziplinär vorgehen, sich technologische Denkweisen aneignen, um sie zu verstehen und auf sie reagieren zu können. Am leichtesten geht das, indem sich alle einer gewissen technologischen Alphabetisierung unterziehen, so langweilig das auch klingen mag, denn anders können technologische Erneuerungen nicht öffentlich diskutiert und beurteilt werden. Ohne technologische Grundausstattung und technologische Alphabetisierung werden wir uns als Künstler_innen, Forscher_innen und Bürger_innen gegenüber der Technologie recht minderwertig bis ohnmächtig fühlen. Wenn die technologische Erneuerung durch keine ethische und öffentliche Debatte begleitet wird, wird das autoritäre Strukturen begünstigen.

Welche Rolle spielt die Ästhetik in Ihrem Umgang mit Soft- und Hardware?

Ästhetik kommt ja nicht einfach so daherspaziert, sie ist Resultat von Klassenkämpfen, kulturellen Veränderungen, generationenlangen Auseinandersetzungen. Gerade was zum Beispiel Gender betrifft, sind Farben, Formen, Motive tief in uns verankert, je nachdem, in welcher sozialen, kulturellen, politischen Umgebung wir aufwachsen. Schönheit zeichnet oft das Genormte und Standardisierte aus. Wie Normen und Standards entstehen, ist leider nicht demokratisch. Umso mehr kann eine clevere, subversive Ästhetik genau hier ansetzen, solche

Prinzipien zu untergraben. Zum Beispiel werden manche Mikrokontroller nun rund oder rosarot hergestellt, um Menschen, die sich als weiblich begreifen, für das Basteln mit interaktiven Schaltkreisen zu begeistern. Das Spielen mit Normen und Ästhetik ist aber etwas gefährlich, denn wir haben sie ja selbst zutiefst verinnerlicht. Und so ist es mir in Workshops schon oft passiert, dass Feministinnen und Nicht-Feministinnen diese runden oder rosaroten Mikrokontroller für simpler gehalten haben. Dass das ‚Feminine‘ einmal mehr für etwas ‚Einfacheres‘ gehalten wurde, als das ‚Maskuline‘. Wenn Software, für Frauen‘ gemacht wird, laufen wir auch akut Gefahr, erst recht wieder bestehende Muster zu reproduzieren.

Durch wen werden Sie inspiriert?

Judith Butler, Nancy Fraser, Donna Haraway, Audre Lorde, Hannah Arendt, Carolee Schneemann, Rosi Braidotti, Lisa Nakamura. Aber auch durch Freundinnen, die sich vernetzen, die sich Dinge (zu)trauen, die Magazine herausgeben, Lieder singen, Installationen bauen, Taten setzen, die mit ihrer inneren Wahrheit übereinstimmen.

Hacken bezeichnet mehr als nur ‚das Eindringen in fremde Computer‘. Was verstehen Sie darunter?

In unserem feministischen Hackerspace *Mz* Baltazar's Laboratory* (vgl. S. 164) verstehen wir Hacken als ‚zweckentfremden‘, als sich etwas ‚aneignen‘ – durch Adaptieren, Auf-den-Kopf-Stellen, Vergrößern, Verkleinern und so weiter. Es ist eigentlich eine künstlerische Praxis, eine Art, etwas zu gestalten. Deshalb lieben wir auch Open-Source-Hardware und Open-Source-Software, die genau diesen kreativen und unorthodoxen Zugang unterstützt und pflegt. Aber Hacken heißt für uns auch Quereinsteigen, die Nase hineinstecken, der Neugierde nachgehen, die üblichen Pfade verlassen. Wir sind allerdings keine ‚Black Hat‘-Hackerinnen, sondern ‚White Hat‘, das heißt, wir stehlen keine Daten von Menschen, wir wollen keinen Profit machen.

Der Cyberspace – ein Ort der Aufhebung von Geschlecht und Körperlichkeit?

Es gab mal diese Hoffnung, als das Internet noch ganz jung war. Doch heute ist es eher umgekehrt. Während es in der realen Welt bereits Ideen gibt, wie verschiedenste Menschen partizipieren können und zu Wort kommen, funktionieren im Internet sehr primitive Ausschlussmechanismen immer noch ganz wunderbar. Es gibt viel Gewalt im Internet. Zum Glück formieren sich immer mehr Initiativen, die Menschen in solchen Situationen helfen. Zum Beispiel unter: www.takebackthetech.net

Was machen Hackerinnen anders als ihre männlichen Kollegen?

Was sie ausmacht ist wohl, dass sie überhaupt etwas machen, dass sie sich vor Dingen wie Netzwerk, Administration, Maschinenbau oder Sensoren nicht fürchten, den Status quo hinterfragen und sich nicht damit abfinden, dass Technologie in unserer Gesellschaft immer noch mit Maskulinität gleichgesetzt wird. Das hängt aber extrem von der Kultur ab, in der sich die Hackerin bewegt. In den postsowjetischen Ländern gibt es zum Beispiel oft viel mehr Technikerinnen. Und als ich 2010 einen Workshop in Syrien gemacht habe, gab es dort ganz viele Programmiererinnen.

Wikipedia ist eine der wichtigsten Wissens-Plattformen geworden. Nur neun Prozent der Artikel sind von Autorinnen verfasst. Welches Wissen beziehungsweise welche Erkenntnisse entgehen der Gesellschaft dadurch?

Unser Begriff der Öffentlichkeit hat sich aus der Aufklärung und jenen revolutionären Bewegungen entwickelt, die Aristokraten nicht mehr an den Hebeln der Macht wissen wollten. Dass es eine Öffentlichkeit gibt, an der sich möglichst alle beteiligen, war damals die Grundlage von Parlamenten und von ihnen angeführten demokratischen Staaten. Dass sich Bürgerinnen und Bürger in der Öffentlichkeit zu Wort melden und ihren Standpunkt darstellen dürfen, ist also ein Grundpfeiler unserer Demokratie. Wenn sich nur ein Segment der Gesellschaft äußern und die eigene Sichtweise darstellen dürfte, und das nicht

1 → https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Systemic_bias

einmal merkt, hätten wir wieder eine recht imperialistische Situation. Im Fall von Wikipedia heißt das: „The average Wikipedian on the English Wikipedia is (1) a male, (2) technically inclined, (3) formally educated, (4) an English speaker (native or non-native), (5) aged 15–49, (6) from a majority-Christian country, (7) from a developed nation, (8) from the Northern Hemisphere, and (9) likely employed as a white-collar worker or enrolled as a student rather than being employed as a laborer.“¹

Andererseits sind die Nutzer_innen von Social Media vorrangig weiblich. Werden sie das Meinungsbild in unserer Gesellschaft verändern?

Nutzerin zu sein ist leider noch nicht ausreichend, um demokratische Strukturen zu ermöglichen. Frauen* und Trans* können nur als Entwickler_innen mitgestalten und mitbestimmen. Denn der Inhalt folgt der Form, „the medium is the message“, wie McLuhan schon feststellte. Wir müssen über die Form mitentscheiden dürfen, und das geht in der Technik leider nur über das ‚Selbstentwickeln‘, finde ich.

Wie könnten die Praktiken des Hackens als Tool für gesellschaftliche Transformation adaptiert werden?

Bitcoin, Wikileaks, Cryptopartys, Alarm Phone et cetera. Ich denke, es gibt sehr viele Tools, die bereits entwickelt wurden, um gesellschaftliche Transformationen voranzutreiben oder überhaupt zu ermöglichen. Abgesehen von der Möglichkeit, verschlüsselt zu kommunizieren, ein Tool, das für viele Menschen, wie zum Beispiel Journalist_innen oder Aktivist_innen, überlebenswichtig ist.

Welche Entwicklungen in der digitalen Welt halten Sie für besonders relevant für die Zukunft?

Algorithmen, die Daten abgreifen, kategorisieren und neue Bedeutungen nahelegen, haben riesigen Einfluss. Hier müssten Forscher_innen gestärkt werden, die qualitative Forschung betreiben und dieser quantitativen Daten-Ekstase, die

angeblich in objektiver Wahrheit endet, etwas entgegensetzen. Vielleicht sind die jährlichen händisch abgelesenen Messdaten an einem indonesischen Fluss viel relevantere Daten als über eine Million minütlich gesammelter Facebook-Likes?

Wie sieht es mit den Entwicklungen in der analogen Welt aus?

Ich glaube, analog und digital sind nicht mehr getrennt zu betrachten, denn das ‚Internet of Things‘ macht es möglich, dass wir am abgelegensten Ort der Welt schon allein durch unsere Bewegung durch den Raum mehr digitale Daten generieren, als während wir einen Text auf einem Laptop schreiben.

Zukünftig wird ein Großteil der bisher von Menschen verrichteten Arbeit überflüssig und von Maschinen übernommen werden. Eine Form der Entfremdung von Technik, die letztendlich die ganze Gesellschaft betreffen wird. Wie stehen Sie dazu?

Wir werden wohl Arbeit anders definieren, beurteilen und bewerten müssen, wenn wir das Überleben der Menschheit garantieren wollen.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass die Technologien, die indigene Völker über Hunderte Jahre erarbeitet haben, wie zum Beispiel Permakultur oder das Aufrechterhalten egalitärer und resilienter Gesellschaften (zum Beispiel in den Communities der Minangkabau in Sumatra oder der Haudenosaunee in der USA), weltweit anerkannt und übernommen werden. Stattdessen werden aber genau solchen Gemeinschaften die Ressourcen wie Land, Wasser und saubere Luft entzogen, um unserem Rohstoffhunger nachzukommen.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Das können wir nur gemeinsam, in vielen Sprachen, in verschiedenen Formaten, in vielen Treffen und Gesprächen, Hackathons und Protestaktionen, in Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten, in Experimenten und auf neuen, von jedem selbst entwickelten partizipativen Plattformen beantworten.



LITTLE SUN

Ólafur Elíasson
und Frederik Ottesen

Was macht *Little Sun* im Vergleich zu anderen Solarprodukten so groß? Die kleine solarbetriebene Taschenlampe in Form einer Sonne soll Licht bringen für jeden – und zwar überall. Das Projekt war von Beginn an als Design für alle konzipiert und entsprechend günstig. Mit der technischen Entwicklung des Ingenieurs Frederik Ottesen, dem Know-how des Managing Directors Felix Hallwachs und der Gestaltung des Künstlers Ólafur Elíasson wurde *Little Sun* zu einem Erfolgsmodell, das den Faktor Kunst als sozialen und ökonomischen Katalysator für eine Idee nutzte und gleichzeitig ein Bewusstsein für den existenziellen Bedarf an Licht vieler Menschen schaffte: Mehr als 500.000 der kleinen Sonnen wurden inzwischen verkauft. Prominente Unterstützung bekam das Projekt durch den Künstler Ai Weiwei. Er verteilte die Solarsonnen auf der Insel Lesbos und in Idomeni, wo sie in Flüchtlingsunterkünften als Solarlampen genutzt werden. Auch in Ländern, wo der Zugang zu Strom keine Selbstverständlichkeit ist, wie beispielsweise in weiten Teilen Subsahara-Afrikas, bringt *Little Sun* Licht ins Dunkel, wenn es Nacht wird und antizipiert durch seine Einfachheit zeichnerhaft die Gestaltung essenzieller Dinge ebenso wie die Notwendigkeit von Poesie im Alltag.

„POESIE KANN
DIE ART UND
WEISE SEIN, WIE
JEMAND GEMÜSE
AUF DEM MARKT
VERKAUFT.“



Mit Menschen kommunizieren, die Wahrheit sagen, Fragen stellen und zum Denken anregen – im Sinn von Dragan Protic und Djordje Balmazovic, die gemeinsam das Kollektiv ŠKART bilden, sollten das die Aufgaben von Designer_innen sein. Um Entwicklungen anzustoßen, gehört dazu auch die Fähigkeit, Experimente zu wagen und vor Misserfolgen nicht zurückzuschrecken. Was bedeutet es, wenn man dem Ausschuss mehr Bedeutung beimisst? Die beiden Architekten und Künstler, die genau diesen Begriff – slowenisch: *Škart* – für sich vereinnahmt haben, machen es in ihren Projekten vor: Unvorhergesehenes einbinden, Fehler nutzen und daraus etwas Poetisches schaffen.



Wie können Sie Poesie und Design verbinden?

Poesie ist mehr als nur geschriebene Worte auf Papier. Poesie kann die Art und Weise sein, wie jemand Gemüse auf dem Markt verkauft, wie jemand seinen Job erledigt, wie jemand mit Menschen spricht, die Art, wie jemand sich verhält, aber auch jede Form, Dinge zu genießen und sie auf ungewöhnliche, bereichernde, politische, starke, beeindruckende, authentische – poetische Weise zu gestalten. Das Gleiche gilt für Design – es ist die Art und Weise, Dinge zu gestalten, einen Mehrwert zu schaffen, mit sichtbarer Leidenschaft und Liebe zu arbeiten.

Warum bezeichnen Sie Ihre Projekte als Design und nicht als Kunst? Was ist der Unterschied?

Das Ziel von Design ist es, so viel mit Menschen zu kommunizieren wie möglich. In der Kunst dagegen ist das nicht so oft der Fall (oder es geht oft schief). Außerdem wäre es etwas präntiös zu behaupten, unsere Projekte wären Kunst. Das ist nicht das, was wir wollen.

Sie sprechen von Ihrer Arbeit als „beautiful mistakes“. Können Sie uns ein Beispiel dafür nennen?

Schwierige Frage. Ganz am Anfang unserer Praxis, als Vorübung sozusagen, haben wir Fehler gemacht, das ist normal. Anstatt in Panik zu verfallen, haben wir uns gefragt, wie wir diese Fehler nutzen könnten, wie wir damit eine neue Form für unsere ursprüngliche Idee finden könnten. Die Ergebnisse daraus waren meistens sehr gut. Also haben wir aus den Fehlern gelernt, dass es immer noch eine andere, unvorhersehbare Lösung gibt.

Sie definieren Ihre Arbeitsweise als permanentes Experiment. Ist das Experiment eine Methode der Zukunft?

Ja, das Experiment muss eine Methode der Zukunft sein. Experimente erlauben dir, Fehler zu machen. Fehler machen und daraus lernen, ist für die Entwicklung essenziell. Wenn man unter dem ständigen Druck ist, ‚perfekte‘ Produkte zu gestalten, wird die Kreativität geschmälert.

Ihre Projekte sind oft partizipativ. Mit welchen Menschen arbeiten Sie zusammen?

Wir ziehen es vor, wenn möglich, mit Menschen zu arbeiten, die außerhalb des Kunstkontextes stehen. Das heißt, wir arbeiten mit jenen, die in der Gesellschaft weniger sichtbar, die nicht ‚on stage‘ sind. Meistens machen wir Projekte mit Kindern und jungen Erwachsenen.

In einem Interview erwähnen Sie das Zitat: „Design ist eine Waffe der Massenkommunikation.“ Was meinen Sie damit?

Das Ziel von Design ist es, mit vielen Menschen zu kommunizieren. Der Anspruch der Methoden und Praktiken des Designs ist es, kraftvoll, kommunikativ, einfach verständlich, aber nicht banal zu sein. Das Zitat ist aus einer Ausstellung im *Imperial War Museum* in London. Die Ausstellung zeigte Plakate, die im Krieg verwendet wurden. Die meisten davon riefen die Menschen dazu auf, freiwillig in den Krieg zu ziehen. Kraftvolle Zitate für harte Zeiten. Auch wir leben jetzt in harten Zeiten.

Worin liegt das provokative Potenzial von Design?

Das provokative Potenzial liegt hauptsächlich in der Tatsache, dass Design einfach verständlich ist – es vermittelt eine Botschaft an ein Publikum, die von diesem leicht gelesen werden kann. Das ist im eigentlichen Sinne die Voraussetzung für Provokation.

Welche Verantwortung haben Designer_innen in Bezug auf die Zukunft der Gesellschaft?

Die Wahrheit sagen.
Fragen stellen.
Zum Denken anregen.
Inspirieren.
Verborgene Dinge enthüllen, die unser Leben betreffen.
Sich am Kampf für eine bessere Gesellschaft beteiligen.
Und vor allem: Mehr über Ethik als über Ästhetik nachdenken.

Teil Ihrer Arbeit sind eine Reihe kleinerer Straßen- beziehungsweise Stadtaktionen, zum Beispiel *Sadnesses*, *Your Shit Your Responsibility* oder *Coupons*, die sich an der Schnittstelle von künstlerischer Intervention, Performance und Design bewegen. Wie funktionieren diese ‚kleinen Aktionen‘ und welchen Einfluss haben sie?

Diese kleinen Aktionen waren Versuche der direkten Kommunikation. Auf den ersten Blick scheinen sie unsinnig zu sein, manchmal auch albern, sie versuchen mit jemandem zu kommunizieren, der kein Interesse daran hat zu kommunizieren. Aber ab und zu passiert etwas Außergewöhnliches. Leute haben *Coupons* untereinander getauscht (besonders die *Coupons* für Orgasmus) oder haben sie als Talisman behalten. Erwachsene haben, genau wie Kinder, eine große Vorstellungskraft.

Wie kann Design politisch sein beziehungsweise werden?

Indem es politische Botschaften kommuniziert und nicht nur ein loyaler Diener des Business-Unternehmens-Kapitals ist und ‚den Mächtigen‘ dabei hilft ihre Produkte zu verkaufen.
Indem es dazu beiträgt, progressive Ideen voranzutreiben.
Indem es Zeit investiert, intelligente, starke Ideen zu entwickeln und sie für viele Menschen sichtbar macht.
Indem es Botschaften auf einfache, effektive und verständliche Weise vermittelt.
Design kann durchaus auch provozieren. Das ist wichtig.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Eine Welt, die frei ist von Religion, Nationalismus und Kapitalismus. Oder andersherum – Kapitalismus, Nationalismus und Religion.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Die Gier nach Profit muss aufhören oder dramatisch gemindert werden.
Freie Bildung für alle, überall.
Bedingungsloses Grundeinkommen für jede_n.

EU BARCODE

Rem Koolhaas,
Reinier de Graaf und OMA

Wie könnte ein Symbol für das heutige Europa aussehen? Als Reaktion auf die Einladung Romano Prodis, des damaligen Präsidenten der Europäischen Kommission, ein neues ‚Branding‘ für den Staatenbund unter den Gesichtspunkten Diversität und Einheit zu entwickeln, hat Rem Koolhaas 2002 mit Reinier de Graaf und seinem Architekturbüro OMA eine neue Europafahne vorgeschlagen, die aus allen Farben der Nationalflaggen besteht. 45 vertikale Streifen symbolisieren in schlichter Aufreihung die Vielfalt und Einheit Europas – und spielen in Form eines Barcodes auch auf das starke wirtschaftliche Miteinander an. Im Gegensatz zur fixierten Anzahl der Sterne auf blauem Grund ist dieser Entwurf dynamisch: Bei Erweiterung der EU werden die Farben neuer Nationalstaaten einfach hinzugefügt. Politische Einschnitte wie der Brexit spiegeln sich so in der Ikonografie Europas als Sinnbild der Gemeinschaft wider. Da der Entwurf auch als Verlust nationalstaatlicher Souveränität und Betonung politischer Ökonomie gelesen werden kann, entfachte er eine europaweite Diskussion über die EU und die Formen ihrer Repräsentation und machte deutlich, wie wichtig Bilder und Symbole als Repräsentanten im politischen Kontext sind.



„EUROPA BRAUCHT EINE NEUE KRAFTVOLLE ERZÄHLUNG.“



Träume, Utopien und Visionen eröffnen Aussichten in neue Welten und formulieren Ziele, für die es sich aufzubrechen lohnt. Dazu gehören auch gesellschaftliche Reformen. Die Politikwissenschaftlerin ULRIKE GUÉROT betont die Rolle von Erzählungen und Bildern und macht ihre Vision von einer europäischen Republik durch den Rückblick auf historische Darstellungen zur europäischen Grundidee anschaulich. Sie fordert, die jüngere Generation in den Prozess der Entwicklung eines neuen Systems einzubeziehen. Politik ist ihrer Auffassung nach nicht Konsens, sondern ein Gestaltungsprozess.



Wodurch wurden Sie zuletzt zu neuen Ideen inspiriert?

Beim Lesen alter Texte und beim Stöbern in Bibliotheken: Zuletzt haben mich die Texte von Franz Marc, Denis de Rougement und Hannah Arendt inspiriert. Zum Thema Europa – aber wahrscheinlich gilt das für alle Themen – ist alles schon einmal da gewesen. Wir müssen nur die Gedanken immer wieder und unter gegebenen Umständen sortieren und neu zusammensetzen. Es gibt keine größere Inspiration, als die, ziellos in einem Buch zu blättern und über einen Satz zu stolpern, der einen packt.

Sie arbeiten an der Zukunft der europäischen Demokratie. Was macht erfahrbare und fühlbare Demokratie aus?

Die Tatsache, dass man Teilhabe hat, also mitentscheiden kann. Aber auch die Tatsache, dass man, wenn man mitentscheidet, Verantwortung für das Ergebnis trägt. Nur mal bei einem Referendum seine Wut oder Dampf abzulassen, ist darum keine fühlbare Demokratie, sondern verantwortungslos. Partizipation ist nicht gleich Plebiszit.

In Ihrem gemeinsam mit dem Literaten Robert Menasse verfassten Manifest zur Gründung einer europäischen Republik bezeichnen Sie Träumer_innen als die wahren Realist_innen. Was ermöglichen sie?

Träumer_innen ermöglichen die Vorstellung einer neuen, einer anderen Welt, in der die Dinge besser sind als das, was ist. Das schafft Hoffnung und motiviert. Für Gesellschaften ist der Traum, die Utopie, ein Fluchtpunkt, auf den sie sich zubewegen können. Gesellschaften brauchen diesen Fluchtpunkt ebenso sehr, wie man persönliche Ziele braucht, um etwas zu erreichen. Ohne Ziele macht man sich nicht auf den Weg. Darum ist das Gerede von Alternativlosigkeit, das die Realisten so gerne bemühen, für Gesellschaften so zersetzend, weil man stehen bleibt und sich im Kreis dreht und der Begriff dann auch noch die Entschuldigung dafür bietet, dass man sich als Gesellschaft nicht einmal mehr

um etwas Besseres bemühen muss. Der französische Philosoph Alain Badiou sagt, der Verlust der Fähigkeit zur Utopie in der heutigen Zeit ist das größte Unglück der Menschheit. Es raubt uns die soziale Freiheit, also die Freiheit, als Gesellschaft die Welt neu zu denken.

Wie unterscheiden sich die politischen Utopien der Gegenwart von denen der Vergangenheit?

Welche gegenwärtige Utopie gibt es denn? Der Kapitalismus ist zur alternativen Beschaffenheit der Welt und der Kommunismus für tot erklärt worden, der Sozialismus kommt bestenfalls als Schimpfwort daher. Dabei wünschen wir uns doch gerade heute vielfach eine sozialere Welt, nicht nur innerhalb des Westens. Aber wir scheinen derzeit nicht in der Lage zu sein, einen neuen Gesellschaftsentwurf hervorzubringen, der sich in seinen Produktionsmethoden radikal von denen des kapitalistischen unterscheiden würde. Vielleicht wollen wir das auch gar nicht und nehmen dabei in Kauf, im Zeitalter des Anthropozäns den Planeten Erde endgültig für menschliches Leben zu zerstören.

Das zentrale Motiv der Utopie ist von jeher die Frage nach Gerechtigkeit. Jede Gesellschaft hat daher ihre zeitgemäße Utopie, und immer geht es im Wesentlichen darum, dass das gute Zusammenleben in einer Gemeinschaft nicht gelingen kann, wenn einige überverhältnismäßig reich sind. Genau daran kranken Europa und der Westen heute. Die europäische Utopie, die ich geschrieben habe, ist eng angelehnt an die *Utopia* von Thomas Morus von vor 500 Jahren. Schon damals ging es darum, weniger zu arbeiten, um eine bessere Verteilung der Güter und um mehr Zeit für die Freuden des Geistes sowie das menschliche Miteinander. Dieses Verlangen teilen wir ja heute auch wieder. Wir lösen es in unserer Gesellschaft aber trotz vielfachen technologischen Fortschritts immer noch nicht ein.

Sie sprechen davon, dass Europa eine neue Geschichte, ein neues Narrativ braucht. Was muss sich im politischen Selbstverständnis verändern?

Gesellschaften brauchen Erzählungen, und große politische Leitfiguren haben immer eine solche geboten: Franklin D. Roosevelt hatte die Erzählung vom *New Deal*, Martin Luther King hatte einen *Traum*, Willy Brandt sprach vom *Wandel durch Annäherung*: Das waren alles – bevor sie durch tatsächliche Politik dann Fakten wurden – erst einmal große Worte für Träume, Ziele, Ideale. Die Erzählung ist es, was verbindet, woran alle glauben, an der alle mitwirken können und in der alle ihren Platz haben. Europa braucht eine neue kraftvolle Erzählung. Ohne neues Narrativ wird Europa beliebig. Die aktuell spürbare europäische Krise ist also vor allem eine Krise der europäischen Erzählung, die zur Lügengeschichte geworden ist.

Politik ist eine wichtige Gestaltungsaufgabe. Warum wird so wenig auf die gestalterische und kreative Kompetenz in politischen Entscheidungs- und Entwicklungsprozessen gesetzt? Wie könnte das geändert werden?

Zum einen haben wir in den letzten 20 Jahren im gesamten Bildungssektor Bildung durch Ausbildung ersetzt. Das kritische Denken wurde abgeschafft, es war nicht mehr erwünscht. Kein Wunder, wenn uns als Gesellschaft die kreative Kompetenz und die Fähigkeit zur gesellschaftlichen Innovation abhandenkommt. Einerseits ist evident, dass unser Bildungssystem die besten Köpfe verliert. Sie haben einfach keine Lust auf einen standardisierten, regelkonformen Wissenschaftsbetrieb, in dem es mehr um Drittmittel und Evaluierung als um eigenständiges Denken geht. Andererseits haben wir uns und dem politischen Raum mit der sogenannten ‚politischen Korrektheit‘ natürlich einen Tott getan. Politik aber ist nicht Konsens, sondern Streit um bessere Alternativen.

Ihre Vision einer europäischen Republik arbeitet mit Bildern: Rem Koolhaas' Europaflagge (vgl. S. 178), mittelalterliche Landkarten, die Europa als Frau mit fließendem Gewand

darstellen. Welche Anreize können Ästhetik und Gestaltung geben, damit sich Menschen politisch engagieren?

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Welches Bild man von einer Sache hat, ist ganz entscheidend. Darum war es mir inmitten der derzeitigen politischen Zerrissenheit Europas und des hässlichen nationalistischen Getöses so wichtig, Bilder zu bemühen, die seit Menschengedenken die Imago Europas ausmachen: die Tatsache, dass Europa eine Frau, also *schön* ist und *nährt*. Und die Tatsache, dass die Prinzessin Europa – denn das ist sie, eine phönizische Prinzessin! – auf mittelalterlichen Karten immer *ganz* ist, mit einem fließenden Kleid bekleidet. Dieses Kleid hat keine ‚Abnäher‘, die man heute als ‚nationale Grenzen‘ bezeichnen würde. Im Gegenteil hat jedes Volk in *der* Europa seinen angestammten organischen Platz, was man fast libidinös überhöhen könnte: Alle Völker dürfen unter ihr Kleid schlüpfen. Das war eine einprägsame Allegorie in den Zeiten, als die meisten Menschen noch nicht lesen konnten; und ich dachte, es könne nicht schaden, dass wir uns heute daran erinnern. Die Bilder sagen: Wir sind eins und können von Europa nicht weglaufen.

Partizipation und Mitbestimmung, also gelebte Demokratie, ist der Wunsch vieler.

Welche Instrumente und Räume bräuchte es, um das im besten Sinne leben zu können?

Am besten funktioniert das, wie vielfach erforscht, in kleinen und überschaubaren Räumen. Politische Einheiten haben bei acht bis 15 Millionen Menschen quasi eine ‚optimale Betriebsgröße‘, nicht zu klein und nicht zu groß. Die Dinge sind dann nicht nur überschaubar und transparent; alle glauben auch noch, jemanden in der Regierung zu kennen, der einem hilft, wenn es mal ein Problem gibt. Man fühlt sich also nicht fremdregiert. Klientelismus in kleinem Rahmen ist übrigens der beste Schmierstoff für funktionierende Gesellschaften und Soziostrukturen, also auch für gelebte Demokratie, denn es macht letztlich alle voneinander abhängig. Wichtig ist, dass Verantwortlichkeiten klar verortet sind.

In größeren Strukturen kann man sich leicht verstecken und bei Problemen ist es dann niemand gewesen. Das gilt leider vortrefflich für die EU.

Gäbe es ein anderes Europa, wenn die Jugend bei den zentralen Fragen mitentscheiden könnte?

Die Jugend gibt es nicht, denn die heutige Jugend ist gespalten. Es gibt eine urbane, gebildete, mehrsprachige und weitgereiste Erasmus-Jugend. Würde man ihr die Verantwortung für Europa überlassen, wäre wahrscheinlich vieles besser: Die nationalen Grenzen wären längst demontiert und wir hätten wahrscheinlich Dinge, wie etwa eine europäische Arbeitslosenversicherung. Aber es gibt eben auch eine bildungsferne, immobile Jugend, die heute zu den Globalisierungsverlierern gehört und die sich wieder mit glänzenden Augen in nationale Fahnen und Erzählungen einwickeln lässt, die als Surrogat für die verpassten Lebenschancen erhalten müssen.

Heute entscheiden mehrheitlich die Älteren über die Zukunft. Was muss geschehen, damit die Jugend mehr Stimme bekommt?

Diese strukturelle Entmachtung der Jugend durch die Demografie ist skandalös. Am besten hat dies Stéphane Hessel in seinem berühmten Buch *Empört euch!* ausgedrückt, als man die Banken gerettet, aber die Lebenschancen einer ganzen Generation in Europa ruiniert hat. Die Retter der Banken waren eben alte weiße Männer, die zunächst an ihr eigenes Vermögen und nicht an die nächste Generation gedacht haben. Mehr als verwunderlich ist, dass da keine Steine geflogen sind. Vielleicht müsste man mit provokanten Forderungen an die Öffentlichkeit treten und Wahlrechtsentzug ab 75 Jahren fordern, damit nicht nur Politik von und für alte Leute und die Rente gemacht wird? Wir könnten von indigenen Kulturen lernen, in denen sich ältere Menschen zurückziehen und ein tiefes Empfinden dafür herrscht, dass das Alter nicht zulasten nachwachsender Generationen gehen darf.

Was können wir noch von nicht-westlichen Systemen lernen?

Das kommt darauf an, wen Sie mit nicht-westlichen Systemen meinen. Von Russland, China, lateinamerikanischen oder afrikanischen Unrechtsregimen können wir wohl wenig lernen. Von indigenen Völkern, sofern es noch welche gibt, die wir nicht ausgerottet oder unterdrückt haben, einiges. Nämlich, dass unser sogenanntes westliches System mit Blick auf fast alle anthropologischen Maßstäbe ziemlich pervertiert ist. Unser neokapitalistisches System, das gerade die Ökonomisierung der Menschheit bis hin zur Perfektion betreibt und das mit sozialer Marktwirtschaft nur noch wenig gemein hat, kann oft nicht zwischen Wert und Preis unterscheiden und damit alles, was wirklich wichtig ist – Nähe, menschliches Miteinander, soziale Wärme, Freundschaft, aber eben auch Demokratie, Freiheit – nicht richtig wertschätzen, weil man es nicht budgetieren kann. Deswegen demontieren wir ja auch gerade die europäische Friedenserzählung – und rüsten im Übrigen wieder auf.

Während der Eurokrise waren wir Deutsche nicht gewillt, die Transferrunion mit 42 Milliarden zu finanzieren. Jetzt steht Europa mit Frieden und Demokratie auf dem Spiel, die ja eigentlich unbezahlbar sind – und wir bezahlen den Preis von Nationalismus und Populismus, der sicherlich mehr als 42 Milliarden kosten dürfte. Es ist, wie Oscar Wilde sagte: „Wir kennen den Preis von allem, aber den Wert von nichts.“ Das scheint das Kernproblem des Westens zu sein.

Wo braucht es Grenzen?

Es braucht zunächst Grenzen, um das Eigene zu definieren. Nur in der Kontur gibt es das Ich und das Gegenüber, den Anderen, Orient und Okzident et cetera. Gelernt wird nur in der Grenzerfahrung. Grenzen sind prinzipiell zum Überschreiten da, nur in dieser Dialektik machen sie Sinn. Hannah Arendt sagte: „Niemand hat das Recht zu gehorchen.“ Aber natürlich überfordert dieser Begriff von Freiheit und Intersubjektivität viele Menschen, die sich nach einem Rahmen sehnen – und damit auch nach einem Wir-Gefühl. Das vermittelt ein Gefühl von Sicherheit, dass das Fremde, das Andere nicht generiert. Sicherheit dominiert ja leider immer die Freiheit.

Nationalstaatliche Grenzen sind trotzdem eine Erfindung der Moderne und die Frage ist, wie lange wir das Starre und Statische dieser Grenzen aufrecht-

erhalten können, während alles andere um uns herum fluide ist und permanent eben diese Grenzen überquert: das Kapital, die Gas-Pipelines und die Güter, die wir haben wollen. Wahrscheinlich nicht mehr lange.

Was ist Ihrer Ansicht nach ein gutes Rezept, um nicht in alte Denk- und Handlungsmuster zu fallen und die Welt stets mit frischen und wachen Augen zu betrachten?

Jeden Tag Kopfstand machen und sich anschauen, wie die Welt andersherum aussieht. Der Kopfstand ist das Asana der ewigen Jugend und sagt: „Warum so? Warum nicht auch anders?“ Oder sich Hannah Arendts Spruch auf den Badezimmerspiegel schreiben, in den man jeden Morgen schaut: „Ich bin immer davon ausgegangen, dass man so denken soll, als wäre noch nie vorher nachgedacht worden.“

Welche wichtige Frage fehlt hier?

Keine, die nicht schon gestellt wäre.

Was ist Ihr Wunsch für die Welt in 20 Jahren?

Meine europäische Republik lasse ich erst in gut 25 Jahren, also im Jahr 2045, beginnen, aber in 20 Jahren sollten wir schon einen Großteil der Strecke auf dem Weg dorthin zurückgelegt haben. Mein größter Wunsch ist, dass wir bald mit der – friedlichen – Revolution des 21. Jahrhunderts beginnen, die da lautet, dass wir in Europa das Politische über das Nationale stellen und den allgemeinen politischen Gleichheitsgrundsatz für alle europäischen Bürger_innen verwirklichen. Und dass wir das humanistische Erbe der französischen Revolution in die Welt der Algorithmen retten und eine Möglichkeit finden, unsere Freiheit im digitalen Zeitalter nicht zu verspielen.

Was müsste heute getan werden, um das zu erreichen?

Wir müssen einen neuen europäischen Gesellschaftsentwurf formulieren und dann den ersten Schritt machen. Die Utopie ist nicht dazu da, erreicht zu werden, sie ist dazu da, den ersten Schritt zu tun. Also sollten wir heute ein Blatt Papier nehmen und darauf schreiben: „Als europäische Bürger_innen wollen wir in Zukunft gleich sein vor dem Recht.“ Alle notwendigen Reformschritte für ein neu designtes politisches System in Europa ergeben sich aus dieser Forderung. Diese Forderung rufen wir dem Weltgeist von Hegel zu – er wird sich ihrer sicher annehmen!



HOW TO TRAIN COMPASSION?

Ein Workshop von Tania Singer im Studio von Ólafur Elíasson

Die Gestaltung der Zukunft braucht Mitgefühl und Empathie, und sie wird profitieren von der Zusammenarbeit unterschiedlicher Disziplinen. Diesem Thema hat sich die Neurowissenschaftlerin und Psychologin Tania Singer verschrieben und sich einem ganz besonderen Experiment ausgesetzt, das Wissenschaft und Kunst miteinander verband. Gemeinsam mit Meditationsexpert_innen, Wissenschaftler_innen, buddhistischen Lehrer_innen und Künstler_innen wurde die Frage, ob Mitgefühl messbar ist oder sogar trainiert werden kann, zum Thema des dreitägigen Workshops *How to train compassion?* Stattgefunden hat dieser im Sommer 2011 im Studio des Künstlers Ólafur Elíasson, das für ihn nicht nur Produktionsstätte ist, sondern als Ort der Gastfreundschaft eine Rolle bei der Gestaltung der Zukunft

spielen soll. Nach intensivem Austausch und vielen inspirierenden Erfahrungen wurden als gemeinsames Ergebnis des Workshops das E-Book *Mitgefühl. In Alltag und Forschung* sowie der Film *Raising Compassion* veröffentlicht. Die Veranstaltung diente zugleich als Auftakt für eine Langzeitstudie, das ReSource-Projekt, das im Anschluss über einen Zeitraum von mehreren Jahren am Max-Planck-Institut für Kognitions- und Neurowissenschaften in Leipzig und Berlin stattfand. Neun Monate lang wurden die über 300 Versuchspersonen in verschiedenen mentalen Trainingsformen aus fernöstlichen und psychotherapeutischen Strömungen unterrichtet, um durch Achtsamkeit, Mitgefühl und soziale Kompetenz unser Denken und Handeln modellhaft und nachhaltig zu beeinflussen.

„VERLIEBE
DICH NICHT
IN DIE LÖSUNG,
VERLIEBE
DICH IN DAS
PROBLEM.“



Im Zuge von Digitalisierung, Automatisierung und Algorithmisierung haben sich die Ansprüche auch an Designer_innen gewandelt und ihre Aufgaben sind vielfältiger geworden. Eines dieser neuen Arbeitsfelder ist die Beratung und Projektentwicklung von und in Unternehmen. Mit den Methoden des Design Thinkings führt die Design- und Innovationsberatung *IDEO* Firmen die Zukunft vor Augen und regt zu aktiver Veränderung an. Im Interview spricht LORENZO FERNANDEZ, Interaktionsdesigner, über die Methoden und Herausforderungen der Firmenpraxis.



Wie kann Design heute an der Gestaltung von Gesellschaft teilnehmen?

In den letzten drei Jahrzehnten sind die Herausforderungen, mit denen Design konfrontiert ist, immer komplexer geworden. Als Designer_innen sind wir inzwischen dazu übergegangen, zusätzlich zu klassischen Produkten mehr und mehr digitale Angebote und Services zu gestalten. Design hat sich in letzter Zeit zu einem einflussreichen Werkzeug entwickelt, mit dem ganze Unternehmen umgestaltet werden können, indem deren Zielsetzung herausgestellt und neue Arbeitsweisen umgesetzt werden. Wir beobachten, dass eine neue Generation erfolgreicher Führungspersonen zwar dank eines technischen Schubs ihre Unternehmen in kürzester Zeit stark vergrößern konnte, aber nun mit einem erschöpften innovativen Potenzial konfrontiert ist und sich fragt, wie es weitergeht. Ein Unternehmensgründer, mit dem wir bei *IDEO* kürzlich zusammengearbeitet haben, hat die Problematik gut auf den Punkt gebracht: „Wenn du ein Start-up bist, brauchst du keinen Unternehmenszweck, es geht nur darum, zu überleben. Jetzt, da wir als Unternehmen gewachsen sind, müssen wir klar formulieren, warum es uns gibt und womit wir uns als Nächstes befassen.“ Design kann einen großen Einfluss auf diese Organisationen haben, wenn es darum geht, Antworten auf ihre Fragen zu finden.

Wie kann Design gesellschaftlichen Wandel auslösen und wie kann es einen Beitrag zu gesellschaftlich relevanter Verantwortung und Nachhaltigkeit leisten?

In unserer heutigen äußerst unbeständigen Welt ist es für Unternehmen unerlässlich, sich schnell an Veränderungen anzupassen. Sie dürfen sich nicht darauf verlassen, langfristig an einer spezifischen technologischen Expertise festhalten zu können. Jede – egal wie fortschrittliche – technologische Errungenschaft kann sehr schnell wieder obsolet werden. Entscheidend ist, dass deine Mitarbeiter_innen ein Gespür dafür entwickeln, Teil von etwas Größerem zu sein. Ein glaubwürdiges, authentisches und vertretbares Ziel jenseits von Profit zu haben, bedeutet nicht nur, einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft zu nehmen, sondern – als wäre das nicht genug – es ist auch eine intelligente

unternehmerische Entscheidung. Es ist viel motivierender, an etwas zu arbeiten, wenn du weißt, dass es eine gesellschaftliche Auswirkung haben wird.

Haben Sie hierfür ein Beispiel?

Kürzlich haben wir mit einem Unternehmen aus der Werbebranche mit einer hohen Mitarbeiter_innenfluktuation zusammengearbeitet. In den Teams, die für die eher repetitiven Aufgaben zuständig waren, gab es wenig Raum für Eigeninitiative, keine Anreize dafür, sich mit anderen auszutauschen und zusammenzuschließen, und nur sehr, sehr wenig Platz für persönliche Weiterentwicklung. Da wir eng mit diesen Teams gearbeitet haben, wurde uns bewusst, wie wenig diese Menschen ihre Fähigkeiten ausschöpfen konnten. Indem wir ihnen größere Herausforderungen gaben und den Austausch mit anderen förderten, konnten wir zeigen, wie sich allein durch eine andere Fragestellung die Stärken einzelner Mitarbeiter_innen freisetzen lassen. Nachdem der Gründer dieses Problem erkannt hatte, setzte er gemeinsam mit seinem Unternehmen alles daran, das Potenzial bestmöglich auszuschöpfen. Es war wie eine Reise, die damit begann, erst mal das eigentliche Ziel zu definieren.

Aber ist es die Rolle des Designs, die Ziele eines Unternehmens herauszuarbeiten?

Die Ziele eines Unternehmens können ihm nicht von der Geschäftsführung auferlegt werden. Vielmehr muss man, um das tatsächliche Ziel zu definieren, eine Beziehung zu den Mitarbeiter_innen aufbauen, ihre Ängste, Motivationen und Ambitionen verstehen. In unserer Arbeit bei *IDEO* sind wir oft wochenlang genau damit beschäftigt. Erst wenn wir wissen, dass wir ein Unternehmen grundlegend verstanden haben, fassen wir zusammen und geben eine individuelle Empfehlung. Indem wir die Menschen integrieren, schaffen wir Ergebnisse, in denen sie sich selbst erkennen können. In einem Projekt mit einem großen Onlineversandhandel beispielsweise haben wir, nachdem wir das Unternehmen bei der Gestaltung, Definition und Zielsetzung des Unternehmenszwecks unterstützt haben, Wochen damit verbracht, diesen anschließend mit dem Personal zu prototypen. Mit einer Reihe von Workshops in allen Bereichen des Betriebs wollten wir am Potenzial der Mitarbeiter_innen ansetzen, um heraus-

zufinden, was das neue Konzept für ihre Tätigkeiten bedeutet. Außerdem ging es uns darum, einen Wandel anzustoßen, der das Unternehmen langfristig verändern wird.

Was ist das visionäre und transformative Potenzial von Design? Beschäftigt sich *IDEO* mit den gestalterischen Visionen der Zukunft und wenn ja, in welcher Weise?

Die Arbeit von Designer_innen hat immer mit der Vergegenwärtigung von Zukunft zu tun. Allein der Begriff ‚Projekt‘ bezieht sich darauf, dass man etwas sozusagen in die Zukunft wirft. Natürlich ist das nichts, was allein dem Design vorbehalten ist: Ingenieur_innen realisieren Projekte ebenso wie Architekt_innen, aber vielleicht zeichnet sich Design dadurch aus, den Wandel zu vereinfachen. Durch Prototyping und Storytelling haben wir als Designer_innen die Mittel, Zukunft zu vergegenwärtigen und Begeisterung für Veränderung zu wecken.

Welche Rolle spielt das Prototyping?

Prototyping hat zwei Ziele: Erstens schaffen wir einen Konsens über die erwünschten Ergebnisse. Ein Prototyp ruft Reaktionen hervor: Manche Menschen verfluchen, was du da vor sie hinstellst, andere mögen es. Aber durch das Schaffen von etwas Greifbarem wird es möglich, Feedback zu bekommen, dieses mit einzubeziehen und sich damit schließlich einem Output anzunähern, der auf Konsens beruht. Zweitens kann ein Prototyp ein Werkzeug sein, mit dem sich Wandel entpolitisiert lässt. Gerade bei großen Unternehmen bedeuten die Veränderungen eine enorme Herausforderung: Oft gibt es unterschiedliche Parteien, von der jede in eine andere Richtung steuert. Mit der Entwicklung von Prototypen wenden wir die Diskussion von den persönlichen Ängsten ab, hin zu einem neuen Fokus, dem Prototypen selbst. Eine Testversion wird geschaffen, um auseinandergenommen zu werden, niemand fühlt sich vor den Kopf gestoßen, wenn sie verworfen wird. Wie Dennis Boyle, ein Partner von *IDEO*, sagt: „Erscheine nie ohne Prototyp zu einem Meeting.“ Einen Prototyp im Raum zu haben, schafft eine Atmosphäre, die zur konstruktiven Kritik anregt. Als Mitarbeiter_in kann ich mir damit ein Bild von der Zukunft machen und werde motiviert, dieses auch zu realisieren.

Und wie ist das Storytelling in diesem Zusammenhang zu verstehen?

Es bedeutet, die Zukunft auf ansprechende Weise zu visualisieren, um Begeisterung zu wecken. Storytelling heißt, die Kernaussage dessen, was man vermitteln möchte in eine knappe Erzählung zu verweben. Ein Video, ein Bild, ein Podcast – das sind alles begrenzte Medien. Ein Video hat, genauso wie ein Podcast, nur eine bestimmte Länge, ein Bild nur eine bestimmte Größe. Diese Begrenzungen helfen Designer_innen dabei, Veränderung anzuregen. Diese Medien sind wunderbare Werkzeuge, um eine Botschaft zu vermitteln – gerade weil sie aufgrund ihrer Beschränktheit viele Details auslassen und viele Fragen offen bleiben. Die Mitarbeiter_innen sind aufgefordert, diese Lücken zu füllen.

IDEO vertritt einen sehr spezifischen Ansatz in der Designpraxis. Was sind die Prinzipien des Human-Centered-Designs und warum ist der Fokus auf ‚Human‘ so wichtig?

Beginnen wir beim letzten Teil der Frage. Man betrachte allein, wie Unternehmen heute organisiert sind und im Vergleich dazu traditionelle Modelle, in denen sie noch in Zellenbüros unterteilt waren. Im klassischen Sinne werden Firmen als Maschinen betrachtet, in denen die Mitarbeiter_innen nur als Teil des Mechanismus fungieren, der optimiert werden muss. In dieser mechanischen Welt liegt der Fokus auf der technologischen Leistung und nicht auf den Menschen. Die digitalen Technologien haben unseren Blick auf Organisationsstrukturen verändert. Wir leben in einer Welt, die durchdrungen ist von neuen Technologien, aber wir sind immer noch dabei, herauszufinden, was wir eigentlich mit ihnen anfangen. Dinge wie Blockchain, Virtual Reality oder Machine Learning existieren bereits, aber wir haben nur eine begrenzte Vorstellung davon, was wir damit anfangen können. Ironischerweise machen gerade in dieser neuen Welt die Menschen einen Unterschied, und nicht die Technologie. Technologische Entwicklungen sind schneller als wir. Neue Technologien entstehen wie Antworten auf Fragen, die wir noch gar nicht gestellt haben, und zumindest bis jetzt sind nur Menschen in der Lage, die richtigen Fragen zu stellen. Heute werden Unternehmen als das gesehen, was sie faktisch sind: eine Gruppe von Personen, die zusammen an einem gemeinsamen Ziel arbeiten. Innerhalb

dieses neuen Paradigmas rücken die Individuen und ihre Fähigkeiten in den Vordergrund.

Warum der Fokus auf Human-Centered-Design?

Im Grunde bedeutet Human-Centered-Design (HCD), dass man ein Gefühl für die Menschen entwickelt, für die man etwas gestaltet. HCD bedeutet nicht, den Menschen das zu geben, wonach sie verlangen. Es geht vielmehr darum, zu verstehen, warum sie sich etwas wünschen, was ihre tiefsten Beweggründe sind. Wir sagen oft: „Verliebe dich nicht in die Lösung, verliebe dich in das Problem.“ Indem man ein Gefühl für Menschen entwickelt, entsteht ein grundlegendes Verständnis für ihre Probleme und ihre Konflikte. Die Aufgabe von Designer_innen ist es, Probleme als Chancen zu verstehen und dann mögliche Lösungen zu entdecken.

Was unterscheidet Ihre Praxis von anderen Designansätzen?

Design war lange Zeit ein Nachzügler, Design Thinking hat grundlegend dazu beigetragen, die Auffassung der Disziplin zu verändern. Es war ein Aufruf für Designer_innen, sich auch mit den Problemen von Unternehmen auseinanderzusetzen. Wir programmieren nicht nur perfekte Apps, sondern wollen auch die Komplexität der Unternehmensführung verstehen und gestalten. Interessanterweise ist es sogar oft so, dass Betriebe auf uns zukommen, gerade weil wir nicht in ihre internen Unstimmigkeiten verwickelt sind. Wir stehen dabei vor der ständigen Herausforderung, die Balance zu halten: Wir müssen Abstand bewahren, um in der Lage zu sein, Lösungen zu finden; und gleichzeitig müssen wir uns an die Anforderungen des Unternehmens anpassen. Im Laufe der Jahre hat IDEO dafür den richtigen Ansatz entwickelt.

Die Rolle von Business-Designer_innen in einem Projektteam ist immer bedeutender geworden. Sie oder er muss das Team dabei unterstützen, die Bedürfnisse der Nutzer_innen mit den Möglichkeiten des Markts zu verbinden. Der fruchtbare Austausch zwischen Business- und Produkt-Designer_in veranschaulicht sich am Beispiel eines unserer Projekte, bei dem wir Finanzdienstleistungen für kleinere Unternehmen in Wachstumsmärkten gestaltet

1 → Anmerkung der Redaktion: Neuroimaging nutzt unterschiedliche Technologien, um direkt oder indirekt Bilder des Gehirns zu produzieren. Jede Technik ist so gestaltet, dass sie bestimmte Arten von Information generiert, abhängig davon, welche wissenschaftliche oder medizinische Frage zugrunde liegt. Siehe auch: www.ccnmtl.columbia.edu/projects/neuroethics/module1/foundationtext

haben. In diesem Fall hat der Business-Designer geholfen, den weiteren makroökonomischen, regionalen Kontext zu verstehen. Während einer Recherche haben wir unterschiedliche Menschen befragt, von Schwarzmarkt-Geldverleihern bis hin zu Kleinbauern, und haben begonnen, erste Ideen für neue Kreditmodelle zu skizzieren. In dieser Phase konnten schrittweise neue Features für unser Konzept entwickelt werden. Es haben sich Möglichkeiten der Monetarisierung herauskristallisiert, mit denen ein wünschenswertes und nachhaltiges Angebot geschaffen werden konnte.

Wichtig ist bei unseren Projekten, sicherzustellen, dass die Kund_innen mit ihrem Team auch nach unserer Projektphase und Unterstützung allein in der Lage sind, neue Wege zu entdecken.

Welche Richtung schlägt Ihrer Meinung nach das Design der Zukunft ein?

Ich sehe ein Muster, das in jeder Industrie vorzufinden ist, in der die Automatisierung und Standardisierung die Disziplinen polarisiert. Auf der einen Seite wird es ‚Handwerksdesigner_innen‘ geben, meistens Freiberufler_innen mit einem markanten persönlichen Stil, für die es ein Leichtes ist, zwischen der Gestaltung von Apps und der Gestaltung von Illustrationen hin- und herzuspringen: eine Mischung aus Designer_in, Handwerker_in und Künstler_in. Auf der anderen Seite sehe ich ‚C-Level‘-Designer_innen, die vorrangig mit strategischen Fragen beschäftigt sind. Diese Designer_innen auf Managementebene werden maßgeblich daran beteiligt sein, die Ausrichtung großer Unternehmen zu gestalten. Wie in den meisten Industrien liegt die größte Herausforderung bei denen in der Mitte, der Gruppe von Gestalter_innen, die heute hauptsächlich mit der Ausführung betraut werden. Und hier gibt es meiner Meinung nach zwei

Möglichkeiten: die Automatisierung willkommen zu heißen und neue Bereiche zu entdecken, in denen der Einfluss des Designs noch nicht ausgeschöpft ist.

Wie kann Design der Gesellschaft im Umgang mit ethischen Herausforderungen helfen?

Technologische Entwicklungen sind schneller als die soziale Evolution; Design hat schon immer eine Brücke zwischen Innovation und Gesellschaft geschlagen. Aber oft werden Designer_innen erst dann hinzugezogen, wenn die Technologie bereits entwickelt ist und es darum geht, eine Anwendung dafür zu finden. Ich glaube, dass gerade bei dem rasenden Tempo, mit dem heute etwas Neues entsteht, Fragen, die in Bezug auf den gesellschaftlichen Umgang mit Innovationen aufkommen, sehr viel früher im Prozess gestellt werden sollten. Genau diese Aufgabe könnte von Designer_innen übernommen werden. Nehmen wir mal das Neuroimaging¹ und die damit verbundene Möglichkeit, zukünftig die Gedanken der Menschen lesen und Bilder ihrer Erinnerungen und Träume erstellen zu können. Durch Prototyping, Storytelling und Versuchsreihen könnten Designer_innen die Menschen dabei unterstützen, sich die Zukunft zu vergegenwärtigen, um ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, wie solche Innovationen sinnvoll von der Gesellschaft genutzt werden könnten. Sie würden mögliche ethische Herausforderungen aufzeigen, darüber aufklären, wie man diese Neuerungen am besten fördert, während sie sich gleichzeitig darum kümmern, eventuelle negative Auswirkungen abzuschwächen.

Auf diese Zukunft müssen Designer_innen vorbereitet sein: entweder, indem sie ihre Rolle als unabhängige ‚Handwerker_innen‘ verteidigen, Schlüsselfiguren in der Definierung organisatorischer Strategien werden oder indem sie mit der Disziplin in neue Bereiche vorstoßen.



SICHTBAR MACHEN, ZUR SPRACHE KOMMEN

Judith Seng in Kooperation mit
der *grund_schule der künste*

Frontalunterricht ade! Wie sähe der ideale Platz zum Lernen aus, wenn Kinder ihn selbst gestalten dürften? In Kooperation mit dem Bildungsort *grund_schule der künste*, einem innovativ-pädagogischen Baustein der *Universität der Künste Berlin*, lud die Designerin Judith Seng insgesamt 32 Kinder aus vier Berliner Schulen ein, sich ihren eigenen Raum zum Lesen- und Schreibenlernen zu bauen. Tische bleiben dann nicht mehr bloß Lernunterlage und Stühle werden nicht unbedingt nur als Sitzgelegenheit genutzt. Das Resultat: ein offenes Ordnungssystem aus einfachen Holzpaneelen, in dem man unter anderem lesen und schreiben kann – oder eben alles gleichzeitig. Auch außerhalb dieses Forschungstheaters mit dem Titel *Sichtbar machen, zur Sprache kommen* können Berliner Schüler_innen – ganz gleich welcher kultureller und sozialer Herkunft – gemeinsam mit angehenden Lehrer_innen künstlerisch experimentieren und lernen. In den von Judith Seng unterschiedlich gestalteten Räumen befindet sich ein Archiv für die Zeichnungen der Kinder, eine offene Küche, ein Studio für performative Nutzung und ein großzügiges Atelier. Die Bibliothek wurde von Ólafur Elíasson konzipiert.

„MENSCHEN BRAUCHEN ZEITEN, IN DENEN SIE SICH DER ARBEIT VER- WEIGERN KÖNNEN.“



Aufgabe der Wissenschaft bei der Gestaltung der Zukunft ist es, zu beobachten, zu erforschen, aber auch konkrete Interventionsmöglichkeiten und deren Folgen aufzuzeigen. Die Soziologin JUTTA ALLMENDINGER untersucht explizit den Arbeitsmarkt und seine Auswirkungen auf das Leben des Menschen. Auch Kunst ist für die Wissenschaftlerin wichtig, denn sie zeigt, was gesellschaftlich wichtig ist. Die gestaltenden Disziplinen sind wesentlich bei der Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse an die Öffentlichkeit. Eine Kultur der Vielfalt und des Miteinanders zu schaffen, in der das Streiten nicht ausgeklammert wird, ist die Aufgabe, die es gemeinsam mit Partner_innen unterschiedlicher Disziplinen anzugehen gilt.



Sie sind Arbeitsmarktexpertin – was treibt Sie an?

Ich mache meine Arbeit sehr gerne, dafür bin ich dankbar. Getrieben werde ich eigentlich nicht. Ich bin neugierig und daran interessiert, die spannenden Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt mit ihren massiven Folgen für die Menschen zu beobachten, zu erforschen und zu kommentieren.

Mit wem würden Sie gerne einmal tauschen?

Mit einer arbeitslosen Frau, mit Frauen, die von ihrem Geld nicht leben können, mit einer Vorstandsvorsitzenden eines mittelständischen Wirtschaftsunternehmens, mit der Arbeitsministerin, mit dem Vorstand der Bundesagentur für Arbeit, mit einer Chefredakteurin für Themen aus Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik. Diese ganz unterschiedlichen Rollen würden meinen Blick als Wissenschaftlerin sehr erweitern.

Die Gestaltung der Zukunft liegt in vielen Händen. Welchen Part übernehmen Sie mit Ihrer Arbeit?

Den explorativ und theoretisch fundierten. Der Wissenschaft obliegt es, gesellschaftliche Veränderungen in ihren Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt zu beschreiben, Interventionsmöglichkeiten aufzuzeigen mitsamt deren intendierten und nicht intendierten Folgen.

Unter Ihrer Leitung ist das Wissenschaftszentrum für Sozialforschung mit dem *Visual Society Program* eine Kooperation mit der *Universität der Künste* eingegangen. Welche neuen Erkenntnisse über unsere Gesellschaft und Kultur erhoffen Sie sich davon?

Wir haben das Programm entwickelt, um den wichtigen Transfer von wissenschaftlichen Ergebnissen in die breite Öffentlichkeit zu erleichtern. Visualisierungen, die mal anders sind als die von uns so häufig benutzten Grafiken, kommen

bei den Menschen oft viel unmittelbarer an. Das sehen wir bei den Lebenswissenschaften, die ihre Ergebnisse oft intuitiv schnell erfassbar darstellen können.

Das Selbstverständnis der Kunst ändert sich stark. Mehr denn je zielt es auf Mitwirkung an gesellschaftlichen Entwicklungsprozessen. Was ist das Interessante an der Kunst in den Augen der Wissenschaftlerin, der Soziologin?

Wir sprechen über Kunst und Kultur als Prozesse, die uns zeigen, was gesellschaftlich wichtig ist, in unserer Sprache: was valorisiert wird. Die Kunstsoziologie ist daher ein starker und wichtiger Zweig der Soziologie.

Die Arbeitswelt ist hochkomplex, die Wissenschaft hochspezialisiert. Welche Foren und Maßnahmen braucht es, damit die unterschiedlichen Disziplinen zusammenkommen?

Wir müssen uns alle einfach verdammt anstrengen und unsere Ergebnisse ‚übersetzen‘. Was ist das wesentliche Ergebnis? Wie kann ich es transportieren? Gute Erfahrungen haben wir gemacht mit sehr kurzen Formaten – ‚Science Slams‘ oder ‚Elevator Talks‘. Man hat die Zeit, die der Fahrstuhl nach oben braucht, um die Ergebnisse zu vermitteln.

Mit wem würden Sie gerne einmal konkret zum Thema Gestaltung der zukünftigen Arbeitswelt zusammenarbeiten? Was wäre für Sie dabei noch völlig neu und auf den ersten Blick vielleicht sogar unvorstellbar?

Oh, ich habe wunderbare Kolleg_innen an der *Universität der Künste*. Sie kommen aus ganz unterschiedlichen Teildisziplinen. Einen etwas anderen Dreh könnte man vielleicht entdecken, wenn man in Richtung darstellendes Spiel ginge.

Wie werden Emotionen die Wirtschafts- und Arbeitswelt verändern?

Emotionen haben bereits heute, und hatten immer, einen großen Stellenwert. Sie bestimmen, ob, wann und was wir kaufen; oft entscheiden sie, welchen Arbeitgeber wir wählen, wie gut wir in Teams zusammenarbeiten, welchen Erfolg wir in der Arbeitswelt haben. Ob der Stellenwert von Emotionen weiter wachsen wird, vermag ich nicht zu sagen.

Was regt Sie am meisten auf? Was inspiriert Sie?

Kleinmut, Unaufrichtigkeit, Selbstbezogenheit. Inspiriert werde ich durch Menschen, mit denen ich mich produktiv streiten kann. Dann wundere ich mich immer selbst am meisten über die Ideen, die mir zufliegen.

Leben und Arbeiten sollen immer mehr ineinander übergehen. Wo sind Grenzen wichtig?

Menschen brauchen Zeiten, in denen sie sich der Arbeit ohne Angabe von Gründen verweigern können. Und sie brauchen die Fähigkeit, auch loslassen zu können. Arbeitsorganisationen müssen den entsprechenden Rahmen setzen, die Menschen selbst sich entsprechend disziplinieren. Das ist nicht immer einfach.

Kinder sind die Erwachsenen der Zukunft und sind voller Neugier auf die Welt und Lust an Gestaltung. Was müsste sich nach Ihren Erkenntnissen am Bildungssystem jetzt grundlegend ändern, damit sie stärker partizipieren und mitgestalten können?

Wir müssen noch stärker als bisher Elemente der demokratischen Schule einführen, den Schüler_innen ein Stück Selbstverantwortung geben, Mitsprache. Diskussionsforen in den Unterricht einbeziehen, Engagement belohnen (vgl. S. 204).

Alles wird detailliert geplant, berechnet, verwaltet. Algorithmen bestimmen Konsum, Arbeit und Freizeit. Wo bleibt der Zufall?

Der Zufall lässt sich nicht ausrotten. Und nicht herbeiführen.

Was wird Männer und Frauen, bezogen auf ihr Leben, in Zukunft maßgeblich unterscheiden beziehungsweise verbinden?

Frauen und Männer kommen sich immer näher in ihren Wünschen und in ihrer Lebensgestaltung. Die Gesellschaft wird sich zunehmend anhand anderer Merkmale brechen: Bildungsressourcen, Vermögen und ethnische Herkunft.

Was wird das verbindende Element der Gesellschaft in Zukunft sein?

Die Menschen wünschen sich Nähe, ein Miteinander. Das war schon immer so und wird so bleiben. Gesellschaftlich ist daher alles zu tun, um Begegnungen zu ermöglichen und zu fördern.

Gefragt nach drei konkreten Praxisbeispielen der Gegenwart, die relevant für zukünftige Entwicklungen sind, welche nennen Sie?

Natürlich die Digitalisierung und die davon ausgehenden Veränderungen unserer Arbeitswelt. Dann die gestiegene Lebenserwartung, die zu einer Umgestaltung der Lebensverläufe führen wird. Letztlich die höhere Diversität unserer Gesellschaft. Mehr Menschen aus anderen Ländern werden mit uns wohnen und arbeiten.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich wünsche mir eine friedliche Welt.



ØRESTAD GYMNASIUM

Bildung ist ein fundamentaler Gestaltungsprozess. Angesichts sich verändernder Gesellschafts-, Wissens- und Kommunikationsstrukturen sind auch entsprechende Bildungskonzepte und Räume vonnöten. Im Ørestad Gymnasium, Kopenhagen, dessen großzügige Architektur das Verständnis nicht-hierarchischer Bildung widerspiegelt, findet man weder lange Gänge mit aneinandergereihten Klassenzimmern, in denen hinter verschlossenen Türen gelehrt und gelernt wird, noch Lehrerzimmer, an denen man anklopfen muss. An Computern, auf Sitzlandschaften und an Gruppentischen arbeiten die Schüler_innen gemeinsam oder einzeln an neuen Lektionen. Frontalunterricht im Klassenzimmer ist nur noch ein kleiner Bestandteil des Lehrens. Aufgabe des Personals ist es vor allem, die Eigeninitiative zu unterstützen. Das individuelle Lerntempo jeder Schülerin und jedes Schülers wird damit berücksichtigt und der Gruppenprozess gefördert. Für einen größtenteils digital stattfindenden Unterricht ist der Besitz eines Laptops Voraussetzung, Schüler_innen, die sich keinen leisten können, bekommen einen Zuschuss. Wer einen der begehrten Plätze an der öffentlichen Schule bekommt, entscheidet vorerst eine städtische Kommission. Zeit, dass sich Schulkonzepte bereit für die Gegenwart und Zukunft machen.

„UNTERNEHMEN MÜSSEN GERADE HEUTE FASSBAR, FÜHLBAR, SPÜRBAR SEIN.“



Die Digitalisierung der Arbeitswelt ist für die Vorstandsvorsitzende von *Microsoft Deutschland*, SABINE BENDIEK, Alltag, positive Vision und Herausforderung zugleich. Durch den damit verbundenen Wandel werden bestehende Konzepte und traditionelle Werte auf den Kopf gestellt. Wissen beispielsweise ist transparent, zugänglich und hat als Machtinstrument ausgedient. Je digitaler die Arbeitswelt wird, desto wichtiger wird die Einführung neuer, offener Unternehmenskulturen, in denen direkte Kommunikation unter den Menschen zentral ist und die dafür sorgt, dass Unternehmen für den Menschen fassbar, fühlbar und spürbar sind. Freiräume für neues Denken, Mut zu Veränderung und Störungen bekannter Denkmuster sind unverzichtbar. Radikale künstlerische Praktiken können bei der Gestaltung zukünftiger Arbeitswelten nicht nur inspirieren, sondern Spielräume schaffen, die völlig neu denken lassen.



Wie können wir uns die Arbeitswelt der Zukunft vorstellen?

Mit der Digitalisierung erleben wir den größten Wandel der Arbeitswelt seit der industriellen Revolution. Etablierte Konzepte werden auf den Kopf gestellt, Raum und Zeit erleben eine Emanzipation von bestehenden Werten. Mobile Arbeit und das Homeoffice sind an vielen Stellen selbstverständlich geworden, Cafés oder Co-Working-Spaces werden schon lange nicht mehr nur von digitalen Nomaden und Freelancern genutzt. Die Arbeit Seite an Seite mit schlaunen Maschinen und digitalen Assistenten steht uns kurz bevor. Unsere Welt wächst mehr und mehr zu einem einzigen Netzwerk zusammen, geprägt von Kollaboration, kreativer Verknüpfung, interdisziplinärer Teamarbeit und neuen Denkmustern. Das Thema ‚Team‘ in unterschiedlichsten Zusammensetzungen wird immer wichtiger. Auch die (Ab)Grenzung nach außen hin, beispielsweise zu Kund_innen, wird in einer vernetzten Welt immer kleiner. Die Kernfrage lautet: Wie muss unsere Arbeitswelt gestaltet sein, um Bedürfnissen gerecht zu werden, die entstehen, wenn viele unterschiedliche Menschen in unterschiedlichen Konstellationen zusammenarbeiten, gemeinsam in einem Team, sich aber nicht mehr zwangsläufig täglich sehen?

Welche Rolle spielt Gestaltung, aber auch das Wissen in den Unternehmen der Zukunft?

Routinetätigkeiten werden zunehmend automatisiert, gleichzeitig spielt die Wissensarbeit für die Bewältigung komplexer individueller Aufgaben eine immer größere Rolle. Wir werden also mehr denken, erfinden, gestalten und kommunizieren dürfen. Mit über 40 Prozent stellen die Wissensarbeiter_innen mittlerweile die größte Beschäftigtengruppe in Deutschland, Tendenz steigend. Teamarbeit wird dabei immer wichtiger – gleichzeitig werden wir unsere individuellen Fähigkeiten und Stärken viel gezielter einbringen können. Wissen ist künftig transparent und verfügbar – als Machtinstrument hat es ausgedient. Hierarchisches Denken und eine preußisch geprägte Führungskultur passen da nicht mehr rein.

Das Raumkonzept der neuen *Microsoft-Zentrale* in München wird als realisierte Vision der neuen Arbeitswelten kommuniziert. Führen Sie uns kurz ein?

Wir haben sehr bewusst ein Bürokonzept gewählt, das zunächst vorsieht, dass das Erdgeschoss mehr oder minder frei betretbar ist. Dann haben wir eine Digital Eatery, das ist eine Art Café, in dem wir auch unsere Produkte erfahrbar machen und Tech-Support und Unterstützungen anbieten, man kann aber auch einfach einen guten Kaffee trinken und eine Kleinigkeit essen. Analog zur Öffnung unserer Kantine haben wir ein Forum für Veranstaltungen geschaffen, das nicht nur für das Unternehmen da ist, sondern für Veranstaltungen und

Projekte unterschiedlichster Organisationen. Das haben wir bereits an unserem Standort in Berlin ausprobiert. Wir wollen uns öffnen und Teil der Gesellschaft sein.

In unseren Büros hat niemand mehr seinen persönlichen Tisch. Wir haben uns sehr genau angeschaut, wie viele Leute eigentlich im Durchschnitt in unseren Büros arbeiten. Das ist in der Spitze vielleicht ein Viertel unserer offiziell angestellten Belegschaft. Das Foto auf dem eigenen Schreibtisch ist also ein veraltetes Konzept. Tatsächlich schaut man wirklich auf viele, viele leere Schreibtische jeden Tag. Deshalb also der ‚Shared Desk‘. In der Praxis bleiben aber weiterhin genügend Arbeitsplätze, keiner muss stehen.

Der Bedarf an Meeting-Räumen ist allerdings sehr groß. Es gibt eben viel miteinander zu besprechen. Insgesamt gibt es vier unterschiedliche Zonen im ganzen Gebäude. Neben dem klassischen Schreibtisch, der nur noch etwa 20 Prozent der Fläche einnimmt und dessen Zone *Accomplish* benannt ist, gibt es eine Zone mit der vielsagenden Bezeichnung *Think*. Dahin kann man sich zurückziehen und etwa in einem großen Ohrensessel über etwas brüten oder nachlesen. In der Zone *Share & Discuss* geht es um den lebhaften kreativen Austausch mit anderen. Schließlich bietet die Zone *Converse* Raum für die informelle Begegnung zu zweit oder in kleinen Gruppen. Daneben stehen zahllose klassische Besprechungsräume zur Verfügung, um vertrauliche Gespräche zu führen und Diskussionen, bei denen nicht jeder zuhören muss. Alle Besprechungsräume sind so ausgestattet, dass Skype-Video-Calls zum Beispiel mit Kolleg_innen an anderen Standorten geführt werden können.

Wie schafft man in großen Organisationen trotz hierarchischer Strukturen und Verwaltung Freiräume für Innovation?

Ich denke, der Schlüssel ist Kommunikation. Wenn ich mir meinen Job anschaue, bin ich eindeutig das ‚Communication-Piece‘: mit Leuten reden, Feedback geben, Ideen auf sich wirken lassen und nutzen. Eine zentrale Rolle spielen Mitarbeiter_innen, die um die Ecke denken, die einen noch stärker zum Nachdenken anregen. Gerade in der Programmierung haben wir viele kreative Leute, die Ideen entwickeln, Pläne machen und etwa an Fragen arbeiten, welche Maschinenintelligenz überhaupt sinnvoll ist und wie die funktionieren könnte. Was die Zukunft entscheidet, ist unsere Fähigkeit, beständig Innovation zu treiben, beständig neu zu denken, Dinge neu zu entwickeln, Horizonte zu erweitern, auch ein bisschen Grenzen zu pushen, im Sinne von: „Was sind heutige Prozesse und wie kann man die eigentlich anders angehen?“

Wie wichtig sind Störung und Irritation, um Visionäres voranzutreiben?

Störung und Irritation im Sinne von ‚Altbekanntes neu denken‘ sind unverzichtbar. Unternehmen müssen sich neu erfinden, um langfristig zu überleben. In den Köpfen der Mitarbeiter_innen, aber auch bei den Kund_innen muss sich viel verändern.

Ich glaube grundsätzlich, dass man immer offen für ungewöhnliche Anregungen, insbesondere hinsichtlich der Gestaltung der Arbeitsumgebung, sein sollte. Damit meine ich jetzt nicht, ganz viele teure Bilder an die Wände zu hängen. Ich denke da eher an Projekte und Ansätze, die unmittelbar erlebt werden können. Ich erinnere mich an ein solches Projekt vor einigen Jahren, das wie ein Kunstprojekt wirkte. In einer sehr schwierigen Phase haben einige Mitarbeiter_innen das Ruder in die Hand genommen und gesagt, dass sie den Leuten im Unternehmen klarmachen wollen, dass wir nach vorne denken müssen. Über Nacht haben sie sämtliche Meeting-Räume umbenannt in die klassischen Killerphrasen. Da stand dann über der Eingangstür: „Geht nicht“, „Kann man so nicht machen“, „Haben wir kein Geld für“. Die Irritation war groß, aber auch der Effekt.

Welche Rolle könnte dabei Kunst in einem weit gefassten Sinne spielen?

Es gibt nichts Schlimmeres als ausschließlich im Hamsterrad des täglichen Geschäftes unterwegs zu sein. Es ist wichtig, gezielt andere Perspektiven zu suchen und einfach mal anders zu denken. Neugier ist unglaublich wichtig, auch in der Zukunft der Wirtschaft angesichts massiver Veränderungen, die in Form digitaler Transformation auf uns zukommen. Kunst ist dabei ein wichtiger Faktor, weil sie es vermag, das Denken zu öffnen und Neugier zu schaffen. Durch radikal zeitgenössische Kunstformen, die gar nicht experimentell genug sein können, entstehen Freiräume, in denen wir auf neue Gedanken kommen.

Wie schafft man eine neue Unternehmenskultur, die offen ist?

Einen offenen Blick und Freiräume versuchen wir sehr stark zu fördern, beispielsweise im Vertriebs- und im Marketingbereich. Natürlich muss man bei der Produktentwicklung deutlich weniger Struktur vorgeben als etwa im Vertrieb. Aber genau das ist mein täglicher Kampf – zu sagen, es muss uns gelingen, diese Freiräume überall zu schaffen und auszuweiten. Den Menschen den Mut geben, ab und zu Dinge auszuprobieren. Das ist der Teil, den ich sehr spannend finde. Für mich ist das Thema Führungskultur und Change Management immer auch ein persönliches Hobby gewesen, weil ich schon in vielen Firmen Kulturveränderung initiiert und Unternehmen durch große Umbruchsprozesse geführt habe. In der BWL werden die Menschen dazu erzogen, zu exekutieren – man hat Manager_innen dazu erzogen, zu inspizieren – um es mal ganz vereinfachend zu

sagen. Das ist die Schule, aus der die Leute kommen. Und diese zu ermutigen, aus ihrem Denken auszubrechen, Neues herauszufordern, das ist tatsächlich mein täglicher Kampf.

Was sind die Gefahren und was sind die Chancen für den Arbeitsmarkt im Zuge der Digitalisierung?

Bisher hat der technologische Fortschritt stets mehr neue Arbeitsplätze geschaffen als vernichtet. Das gilt auch für die Digitalisierung. Maschinen haben uns im Lauf der letzten 200 Jahre vor allem monotone, schlecht bezahlte, körperlich belastende und oft sogar gesundheitsschädliche Arbeiten abgenommen. Vermutlich werden in den nächsten Jahren einige Berufsbilder verschwinden. Davon sind laut dem *Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung* tatsächlich aber nur 0,4 Prozent der deutschen Beschäftigten betroffen. Entscheidend ist doch, dass die Menschen in einer digitalisierten Wirtschaft ausbildungs- und arbeitsfähig sind und die vielen neuen Berufe, die durch die Digitalisierung entstehen, auch ausüben können. Deshalb setzen wir uns für einen digitalen Bildungspakt quer durch die Gesellschaft ein, der diese Qualifizierung zum Ziel hat.

Welche Gestaltungsspielräume eröffnet die Digitalisierung?

Ich finde es schon toll, wenn ich Rezepte aus dem Internet lade und mein volldigitaler Herd und Dampfgarer wissen, was zu tun ist. Ich bin auch der Meinung, dass Mensch und Maschine sich in einer künftigen Arbeitswelt ergänzen. Ich sehe weniger düstere Prognosen. Der digitale Wandel ist ein Chancenmodell.

Wir sehen doch schon heute, dass tradierte Prinzipien in den Feierabend gehen und neue Konzepte breit diskutiert werden. Großunternehmen, die wie Start-ups arbeiten wollen. Ein Mittelstand, der dabei ist, gewachsene Hierarchien und starre Organigramme zu überwinden, und der stattdessen autonome Teams und agile Netzwerke aufbaut. Nicht für Menschen und Mitarbeiter_innen ist Schicht im Schacht, sondern für überholte Methoden der Arbeitsorganisation.

Was können Menschen, was intelligente Maschinen nicht können?

In meiner Firma bin ich berühmt geworden durch den Satz: „Das Gehirn mit zur Arbeit bringen hilft“ – insbesondere in der Diskussion um intelligente Maschinen und bei der Frage, wie die Digitalisierung unsere Arbeitswelt verändert. Das Gehirn, finde ich, sollten die Menschen mitbringen, nicht die Maschinen. Wir sind Teil einer Industrie, in der Innovation maßgeblich ist und in der es unser täglicher Job ist, Dinge zu machen, die wir in der Form noch nicht getan haben. Wir sind ständig dabei, neu und auch mal um die Ecke zu denken, neue Dinge zu lernen, neue Produkte zu verstehen und für uns fassbar zu machen. Das

heißt, wir gehen immer weiter und entwickeln neue Produkte, die wir auch verstehen und für uns erfassbar machen müssen.

Die Arbeitswelt wird immer flexibler und mobiler. Was stiftet in der Arbeitswelt der Zukunft noch Orientierung und Identität? Welche traditionellen Werte werden noch eine Rolle spielen?

Ich glaube, das Thema Unternehmenskultur ist superwichtig, und nicht nur für das Unternehmen, sondern auch für den Menschen. Die Frage, wo gehöre ich eigentlich hin, ist ein wichtiges Thema und die Arbeit ein wichtiger Anker, ein ganz großer Teil der Identität. Unternehmen müssen gerade heute fassbar, fühlbar, spürbar sein, im Sinne von: „Das kann man anfassen.“ Was flexible Arbeitsstrukturen angeht, ist es tatsächlich wichtig, eine gewisse Balance zu wahren. Wenn jeder nur in seinem Homeoffice arbeitet, geht viel des Austausch, des Diskurses, der Perspektiven und damit tatsächlich auch der Identifikation verloren.

Wer hat Sie in den letzten Jahren besonders durch seinen visionären Gehalt beeindruckt?

Eine einzelne Person habe ich da nicht vor Augen. Natürlich gab und gibt es viele Menschen, die mich zutiefst beeindruckten, beispielsweise mit ihrer Weitsicht, wie sie politische oder unternehmerische Herausforderungen anpacken. Die Kunst ist aber vielleicht, Vorbilder oder Visionäre nicht immer auf einem Sockel zu suchen, sondern das Vorbildliche und die Kreativität ‚normaler‘ Menschen im Alltag zu sehen und zu fördern. Wenn ich so etwas erlebe, dann macht mich das selbst wieder ein Stück mutiger und entschlossener.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Dass wir auf dem Weg der Offenheit und Transparenz weiter voranschreiten. Das Prinzip offener und vielfältiger Unternehmenskulturen und Gesellschaften ist die Grundlage für Kreativität, Problemlösung und Innovation. Damit ist aber gleichzeitig immer auch die Bereitschaft für Umbruch und Veränderung verbunden. Wird dies gefährdet, dann entsteht Stillstand – und der ist auf Dauer weder individuell noch wirtschaftlich oder gesellschaftlich ein guter Zustand.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Vereinfacht gesagt: Wir sollten Veränderung und Perspektivenwechsel nicht primär als Bedrohung sehen. Das gilt für moderne Technologien ebenso wie für gesellschaftliche Entwicklungen. Nicht jede Veränderung ist per se gut und wünschenswert. Aber in offenen Unternehmen und Gesellschaften können wir immer über die besten Wege diskutieren, einen eingeschlagenen Kurs korrigieren und im permanenten Wettstreit der Ideen das Beste zum Wohl der meisten erreichen.



THE END OF SITTING

RAAAF und Barbara Visser

Neue Arbeitslandschaften, ergonomisch an den Körper des Menschen angepasst, haben die Architekten des Büros RAAAF und die Künstlerin Barbara Visser 2014 mit der Installation *The End of Sitting* entwickelt. Alte Gewohnheiten und Sichtweisen haben hier keinen Platz mehr, Sitzen als Arbeitshaltung hat ausgedient. Stattdessen Stehen, Liegen, Anlehnen, Abstützen. Medizinische Forschungen haben die negativen Auswirkungen permanenten Sitzens auf die Gesundheit längst bewiesen. Das neue Konzept verzichtet nun radikal auf klassische Bürostühle und bietet Sitzgruppen zum Niederlassen an. Die neue Arbeitswelt ist als felsartige Landschaft mit Hohlräumen und geometrischen Körpern inszeniert und fordert zu verschiedenen Bewegungen heraus, unterschiedliche Positionen einzunehmen und sich dynamisch in der Arbeitsumgebung zu bewegen. Nischen bieten Rückzugsmöglichkeiten für konzentriertes Arbeiten, Besprechungen oder informelles Kommunizieren, Flure sind Räume für Bewegung, Begegnungen und Vernetzung. Die Installation *The End of Sitting* ist Ausdruck des großen Wandels in der Arbeitswelt und eine Vorwegnahme der Büroumgebung im Jahr 2025. Eine Art reale Utopie.

„ARBEITEN UND LEBEN SIND KEINE GETRENNTEN BEREICHE MEHR.“



KERSTIN BUND drückt das Lebensgefühl der zwischen 1980 und 1995 Geborenen aus. Die gut gebildeten und selbstbewussten Vertreter_innen der sogenannten Generation Y, die ersten ‚Digital Natives‘, sind dabei, grundlegend die Arbeitswelt zu verändern, denn ihnen ist ein ganzheitliches Verständnis von Leben und Arbeit wichtiger als Geld allein. Sinn hat einen hohen Wert, Erleben ist wichtiger als Besitz. Gestaltung der Zukunft beginnt vor der eigenen Haustür oder an den Brennpunkten der Welt, direkt und ohne große Ideologien.



Mit wem würden Sie gerne mal einen Tag lang den Job tauschen und warum?

An einem Tag kann man höchstens Dinge verstehen oder einen Einblick bekommen. Ich würde eher längerfristig mit Wissenschaftler_innen tauschen wollen, die an der Lösung eines großen Weltproblems forschen, zum Beispiel ein Mittel gegen Krebs erfinden. Eine ebenso sinnstiftende Alternative wäre es, als Chirurgin in einer Notaufnahme zu arbeiten. Abends mit dem Gefühl nach Hause zu kommen, ein Leben gerettet zu haben, muss etwas Besonderes sein.

Sie gehören der Generation Y an, der zwischen 1980 und 1995 Geborenen. Was charakterisiert diese Generation?

Kurz und knapp könnte man sagen, dass sich die Generation Y intensiv mit der Frage nach Sinnhaftigkeit auseinandersetzt: Was bewirkt denn meine Arbeit, was kann ich damit Gutes tun? Diese Generation besteht aus sehr vielen Individuen unterschiedlichster Prägungen und Vorlieben, die kann man nicht alle in eine Schublade stecken. Wir meinen vor allem jene 30 bis 40 Prozent dieser Alterskohorte, die gut ausgebildet und auf dem Arbeitsmarkt gefragt sind, und dadurch auch Forderungen formulieren können. Diese Generation ist die erste, die mit dem Internet, diesem hierarchiefreien Raum, aufgewachsen ist und den Umgang mit den sozialen Medien und neuen Technologien verinnerlicht hat. Jeder kann auf alles zugreifen. Anders als frühere Generationen hinterfragt sie Hierarchien viel stärker. Wer sie führen will, darf nicht befehlen, er muss sie überzeugen.

Kennzeichnend ist für sie ein starkes Selbstbewusstsein. Viele sind wohlbehütet mit viel Aufmerksamkeit erzogen worden. Das erwarten sie auch in der Arbeitswelt: einbezogen zu werden, mitzusprechen, nach dem Sinn zu fragen. Auch im Hinblick auf das eigene Leben übrigens: Die Frage, wie möchte ich eigentlich leben und arbeiten, ist wichtiger denn je.

Ganz entscheidend für die Generation Y ist jedoch Folgendes: Sie ist die erste, die von ihrer eigenen Knappheit profitiert, weil wir tatsächlich in einigen Branchen in einen Fachkräftemangel hineinlaufen. Dadurch können Bewerber_innen ganz andere Forderungen stellen und haben bessere Chancen denn je, dass ihre Erwartungen auch erfüllt werden. Das war bei den Babyboomern der Jahrgänge zwischen 1955 und 1969, die heute in den Chefsesseln sitzen und unsere Führungskultur prägen, ganz anders: Die sind mit dem Bewusstsein von Konkurrenz aufgewachsen. Sie mussten hart und lange arbeiten, um sich durchzusetzen.

Wer sind ihre Vorbilder?

Diese extrem individualistische Generation ist nicht mehr, wie es noch bei den 68ern der Fall war, von Ideologien geprägt. Jeder hat seine eigenen Vorbilder in Bereichen wie zum Beispiel im Sport, in der Musik oder im Beruf und setzt sie wie ein Mosaik zusammen. Wenn es so etwas wie ein erstrebenswertes Ideal gibt, dann ist es das Streben nach einem guten und glücklichen Leben, das im Einklang mit den jeweiligen Bedürfnissen steht. Ziel ist ein ganzheitlicher Ansatz, der Leben und Arbeiten vereint. Für das Fortkommen im Job wird nicht mehr alles hintangestellt. Der Job ist nur ein wichtiges Element neben Familie, Freunden, privaten Interessen – die Generation Y möchte alle Bereiche in Einklang bringen.

Was sind denn keine Vorbilder mehr?

Klassische Statussymbole und das, worauf frühere Generationen gespart haben: ein schickes Auto, ein schönes Haus, eine teure Urlaubsreise. Das Streben nach materiellem Wohlstand war in der Generation unserer Eltern und Großeltern noch stärker ausgeprägt, weil sie von einem anderen Ausgangsniveau gestartet sind. Nach dem Krieg war alles zerstört, die ganze Wirtschaft lag am Boden und dann setzte ein Wirtschaftsaufschwung ein. Da waren materialistische Werte viel wichtiger.

Wir sind eine Generation, die mit Wohlstand aufgewachsen ist, behütet und sorglos. Das Thema ‚Erleben‘ ist wichtiger als das Thema ‚Haben‘. Also Erlebnisse zu sammeln, die das Leben bereichern, hat einen großen Wert, ob bei einer Rucksacktour durch Osteuropa oder im Rahmen freiwilliger Engagements in Krisenregionen.

Die Transformation der Arbeitswelt ist das Schlagwort der Gegenwart. Warum?

Unsere Arbeitswelt stößt an Grenzen. Die Omnipräsenz der Arbeit durch nach wie vor gängige Arbeitsmodelle empfindet die Mehrheit der Deutschen unterschiedlichsten Alters als nachteilig. Es ist nicht nur die Stundenzahl der Arbeit, sondern die rigide Organisation der Arbeitswelt mit Hierarchien und Bürokratien, die wenige Freiheiten zulassen. Gerade die Generation Y wünscht sich mehr Selbstbestimmung am Arbeitsplatz.

Die Gallup-Studie verkündet jährlich vernichtende Werte hinsichtlich der Zufriedenheit deutscher Arbeitnehmer_innen. Insbesondere die, die Dienst

nach Vorschrift machen, können sich nicht mit ihrer Arbeit identifizieren. Trotzdem arbeiten viele Unternehmen noch mit klassischen finanziellen Anreizen. Eine angemessene und faire Bezahlung ist der Generation Y nicht unwichtig, aber es reicht nicht mehr, um sie zu Höchstleistungen anzuspornen. Es braucht andere Werte wie persönliche Freiheiten am Arbeitsplatz und eine klare Entwicklungsperspektive.

Was müsste sofort abgeschafft werden, um der Vision eines neuen Arbeitens und Lebens näher zu kommen?

Die Präsenzpflcht. Es herrscht nach wie vor eine Bewertung der Leistung nach der dafür aufgewendeten Zeit und nicht nach dem Ergebnis. Wir fragen nicht, was kommt denn am Ende dabei heraus, sondern, wie viel Zeit wurde dafür verwendet? Abgeschafft werden sollten auch sinnlose Hierarchien, in denen Entscheidungen über mehrere Schreibtische wandern müssen. Durch ihre Prägung im Internet erwarten die jüngeren Berufstätigen, direkt und schnell zu kommunizieren und die Entscheidungsträger_innen unmittelbar zu erreichen.

Welche Aspekte ihres Lebens werden junge Bewerber_innen in 20 Jahren in ihren Bewerbungsschreiben und Lebensläufen besonders hervorheben?

Es wird nicht mehr so sehr um formale Qualifikationen wie Ausbildungswege gehen. Wichtiger wird sein, welche verschiedenen Erfahrungen gesammelt wurden und wie sich die Persönlichkeit formte, auch durch Engagements, die nicht eindeutig mit dem beruflichen Ziel zu tun haben. Schul- und Ausbildungssysteme sind so verdichtet und gestrafft, dass keine Zeit mehr bleibt für Experimente. Das muss durch andere Aktivitäten nachgeholt werden.

Welche Fähigkeiten und Charaktereigenschaften von Arbeitnehmer_innen sind neben der fachlichen Qualifikation in Zukunft auf dem Arbeitsmarkt und im beruflichen Alltag gefragt?

Internationale Erfahrungen zu sammeln, sich mit anderen Kulturen auseinanderzusetzen und sich für Neues und andere Ansätze zu öffnen, wird in der globalen Welt immer wichtiger. Ein zweiter Punkt ist die Kreativität. Wenn man die Arbeitswelt im Silicon Valley, die impulsgebend in unserer immer stärker digitalisierten Gegenwart ist, näher betrachtet, dann fällt auf den ersten Blick der spielerische, leichte, wenig formalisierte, kaum hierarchisierte Umgang mit

der Arbeit auf. Google beispielsweise stellt Ingenieur_innen einmal in der Woche für ihre eigenen Projekte frei. Das Erstaunliche ist, dass in dieser vermeintlich freien Zeit wegweisende neue Produkte für das Unternehmen entstanden sind. Freiräume für Kreativität sind wichtig, aber auch die Bereitschaft, immer wieder neu dazuzulernen.

Was wird uns in der zukünftigen Arbeitswelt besonders herausfordern?

Der Wandel und die Beschleunigung der Arbeitswelt. Umwälzende Technologien zwingen uns, immer wieder unsere Kompetenzen zu erweitern. Auf lange Sicht wird durch die Globalisierung kein Weg mehr an einer engeren Vernetzung vorbeiführen. Gleichzeitig haben wir es mit der Automatisierung von Arbeit zu tun, die menschliches Handeln zunehmend durch Maschinen ersetzt. Ich stehe dem nicht pessimistisch gegenüber, die Digitalisierung lässt auch neue Arbeitsplätze entstehen. Und schließlich: Aufgrund des demografischen Wandels und der Verknappung von Fachkräften werden sich die Machtverhältnisse auf dem Arbeitsmarkt in einigen Branchen verschieben. Aus Arbeitgeber_innen werden Arbeitnehmer_innen-Märkte, in denen zukünftige Bewerber_innen stärker ihre Bedürfnisse und Forderungen durchsetzen können.

Große Unternehmen haben oft den Charakter von ‚Gated Communities‘ – einer hermetisch abgeriegelten Welt, in der sich Arbeiten und Leben vermischen. Ist das ein gutes Modell für die Zukunft?

Für meine Generation sind Arbeiten und Leben keine getrennten Bereiche mehr. Deshalb passt auch der Begriff Work-Life-Balance nicht. Ich spreche lieber von einer Work-Life-Blend, in der Arbeit und Leben fließend ineinander übergehen. Ich glaube, meine Generation kann mit der damit verbundenen Gefahr, überhaupt keine Zeit und Feierabend mehr zu haben, besser umgehen, als frühere, weil wir als Digital Natives mit dieser Vermischung groß geworden sind. Ich empfinde diese Vermischung sogar als Vorteil. Wenn ich nachmittags meinen Sohn von der Krippe abhole, bin ich froh, dass ich Zeit mit ihm verbringen kann, bis er schlafen geht. Danach setze ich mich noch mal an den Schreibtisch. Mir ist die Flexibilität bei der Arbeitszeit wichtiger, als eine strikte räumliche und zeitliche Trennung zwischen Job und Privatleben. Natürlich kann man nicht ständig erreichbar sein, es muss Auszeiten geben. Wann ich mir diese nehme, möchte ich aber am liebsten selbst entscheiden.

Die Generation Y hat den Ruf, mit Politik und dauerhaftem Engagement nicht viel am Hut zu haben. Wie will sie Veränderung voranbringen?

Das ist ein Missverständnis. Diese Generation ist nicht unpolitisch, sie ist anders politisch. Unter politischem Engagement versteht sie nicht mehr unbedingt, ein Parteibuch zu führen oder Schriftführer im SPD-Ortsverband zu sein. Parteistrukturen sind ihr zu rigide, langatmig und wirken auf viele unattraktiv. Gelebt wird lokales und projektbezogenes Engagement, das heißt, die Leute wollen etwas verändern, was sie persönlich oder ihre direkte Umwelt betrifft. Die Generation Y engagiert sich lokal und zeitlich begrenzt. Die Proteste im Rahmen des Arabischen Frühlings etwa waren maßgeblich getragen von jungen Leuten, die sich über die sozialen Medien vernetzten. Auch in der aktuellen Flüchtlingskrise sind viele Junge im Einsatz.

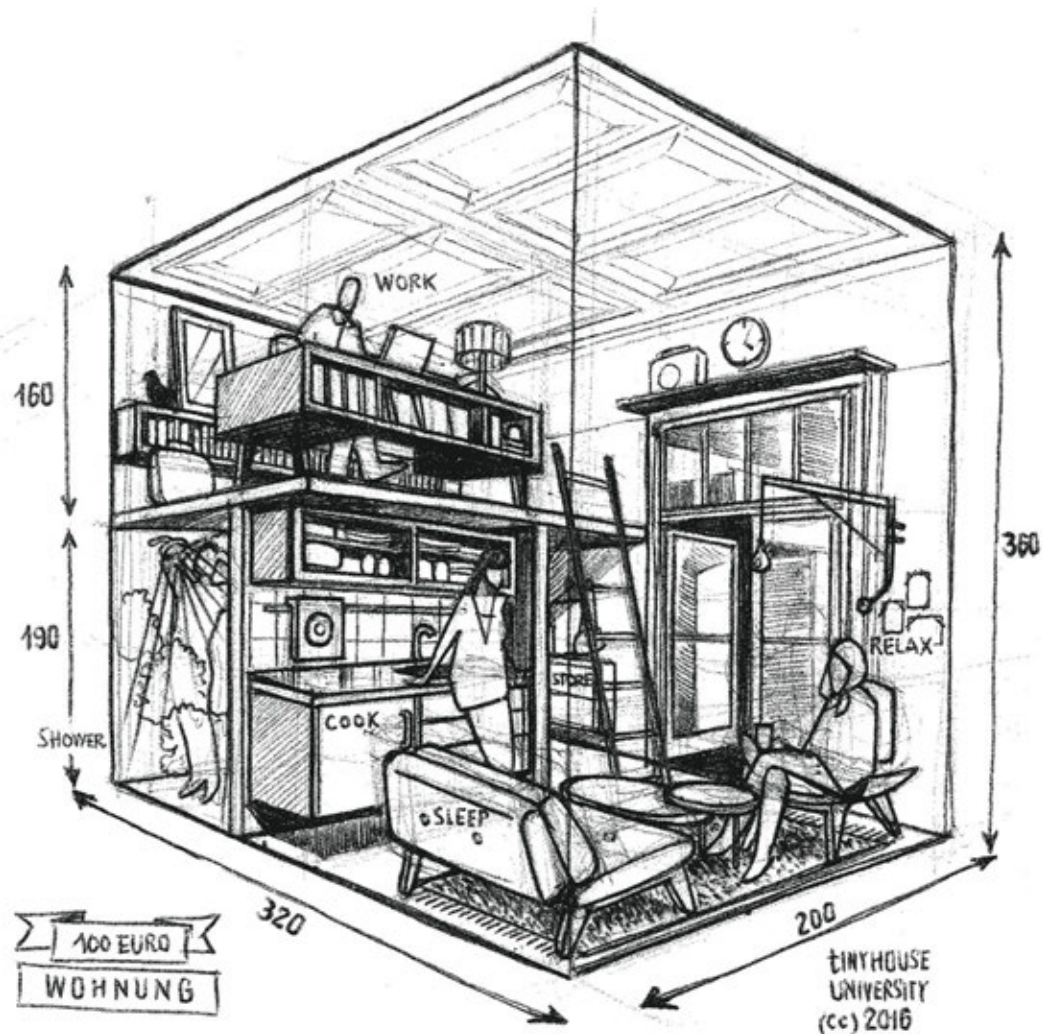
Diese Generation strebt nicht nach einem fundamentalen Umsturz der Welt. Viele Errungenschaften haben ja bereits frühere Jahrgänge erkämpft. Rebellion gegen die Eltern ist nicht mehr nötig, da sich die Einstellungen nicht so fundamental voneinander unterscheiden. Die Generation Y will Veränderungen eher im kleinen und direkten Umfeld. Das ist weniger revolutionär als pragmatisch.

Was hat Sie letztes als Phänomen, Produkt oder Entwicklung durch besonderen innovativen Gehalt beeindruckt?

Definitiv das autonome Fahren, ‚Self-Driving-Cars‘, die unsere Mobilität stark verändern werden. Für mich eine der größten Errungenschaften, weil es viele Probleme wie Staus, aber auch Unfälle und Verkehrstote, signifikant verringern wird. Internet und die Digitalisierung werden so viele Fortschritte und Erleichterungen bringen, die wir uns noch gar nicht vorstellen können. Natürlich bergen neue Technologien auch Risiken und Gefahren, aber unterm Strich ist für mich die Digitalisierung einer der größten Fortschritte der Menschheit.

Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Pathetisch ausgedrückt: der Weltfrieden. Gute Ernährung. Weniger Armut. Und dass wir den Klimawandel in den Griff bekommen. Wenn wir nicht radikal umdenken, setzen wir unsere eigene Lebensgrundlage aufs Spiel. Die aktuelle Rückwärtsbewegung, ja Verleugnung der Umweltprobleme, in den USA betrachte ich mit großer Sorge. Aber ich setze darauf, dass uns die Globalisierung und Vernetzung näher zusammen bringt und wir am Ende feststellen, dass wir alle in einem Boot sitzen.



100-EURO-WOHNUNG

Van Bo Le-Mentzel

Glücklich wohnen auf sechs Quadratmetern? Mit dieser Frage hat sich Designer, Architekt und selbst ernannter Karma-Ökonom Van Bo Le-Mentzel auseinandergesetzt und ein Minihaus entworfen – 2 Meter breit, 3,20 Meter lang und 3,60 Meter hoch. Die monatliche Miete beträgt maximal 100 Euro, Strom, Heizung und Internet inklusive. Mit seinem aktuellen Projekt nimmt Le-Mentzel Bezug auf die sogenannte ‚Tiny House‘-Bewegung, eine Initiative aus den USA, die sich mit der Problematik zunehmender Verknappung von Wohnfläche auseinandersetzt. Mehrere dieser 100-Euro-Wohnungen zusammen ergeben, so die Idee, eine

moderne Version der Wohnmaschine Le Corbusiers, die im Idealfall von Menschen aus unterschiedlichen Gesellschaftsschichten bewohnt wird. Besonders wichtig ist dabei der Raum, der in der Mitte der Wohnmaschine entsteht und Platz zum gemeinsamen Kochen, Spielen, Diskutieren und Arbeiten bietet. Der sogenannte ‚Co-Being Space‘ ist Mehrgenerationenhaus, gemeinschaftlicher Arbeitsplatz und Kulturzentrum in einem. Wie trotz zunehmender Bevölkerungsdichte in den Städten und rasant steigender Mietpreise zukünftig glücklich gewohnt und gelebt werden kann, scheint in diesem Projekt beantwortet zu werden.

„DER ANTEIL VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN IST EIN INDIKATOR FÜR DAS ZULASSEN VON PERSPEKTIVENVIELFALT.“



Die zukünftige Arbeitswelt ist eines der zentralen Forschungsthemen von MARTINA SCHRAUDNER und ihres interdisziplinären Teams vom *Center for Responsible Research and Innovation* bei der *Frauenhofer-Gesellschaft*. Die von Umbrüchen und Transformationen geprägte Gegenwart bietet eine Chance für Frauen, da sie – einem lange vernachlässigten Stereotyp zufolge – eher neue oder alternative Ansätze vorschlagen. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen ist also Indikator für das Zulassen von Perspektivenvielfalt in Unternehmen und Organisationen. Eine wesentliche Rolle spielt für die habilitierte Naturwissenschaftlerin die Gestaltung als Methodik für trans- und interdisziplinäre Dialoge, und Künstler_innen werden wichtige Partner_innen in der Forschung.



Zukunftsthemen sind Ihr Alltag. Wie sehen ideale Arbeitsbedingungen dafür aus?

Ich finde die Möglichkeit – und auch die Notwendigkeit – zu beständigem Wandel und zu Veränderungen am wichtigsten. Dazu braucht man viel Raum für Kommunikation und Austausch und zudem ausreichend Raum, um auszuprobieren, verschiedene Gestaltungen zu erproben.

Die wirtschaftlichen Herausforderungen werden immer größer, die Verwaltung komplexer, die Konkurrenz größer. Wo sind die Freiräume für Innovation? Wie sollten diese gestaltet sein? Aus meiner Sicht sind Freiräume zuallererst eine Einstellungsfrage – sie entstehen im Kopf. Es geht darum, Verbesserungsbedarfe sehen zu wollen und nach Lösungen zu suchen, etwas verändern zu wollen. ‚Bewahrenwollen‘ allein reicht nicht aus.

Was sind geeignete Methoden und Prozesse, um die Potenziale von Vielfalt für Innovationen in Unternehmen und Organisationen zu entfalten und auch nutzbar zu machen?

Perspektivenvielfalt macht Führung schwieriger, birgt dafür aber vielfältigere Lösungen und damit eine höhere Wahrscheinlichkeit, neuartige und / oder besonders erfolgreiche Lösungen zu finden. Unübliche Ansätze fordern neue Entscheidungen, erlauben es aber auch, ungewohnte Wege zu gehen – ein wichtiger Punkt bei Innovationen. Perspektivenvielfalt zu nutzen, muss also eine bewusste Managemententscheidung sein, da sie Vorteile birgt, aber auch kostet.

Im Hinblick auf technische Entwicklungen gibt es kaum etwas, was nicht denkbar wäre. Welches Rüstzeug brauchen die Menschen angesichts des rasanten Fortschritts in der Technologie?

Neugier, Mut zur eigenen Meinung und die Chance, die eigenen Wünsche auszudrücken. Diese Offenheit und die direkte oder indirekte Möglichkeit, an der Ausgestaltung neuer Technologien mitzuwirken, beeinflussen die Bereitschaft zum notwendigen lebenslangen Lernen.

In welcher Beziehung stehen ‚Gender‘ und ‚Innovation‘ zueinander?

Gender bietet Innovationspotenzial, das heißt, die Betrachtung unterschiedlicher Perspektiven und Herangehensweisen, wie beispielsweise im Gender Mainstreaming verankert, öffnet den Blick für neue Marktchancen.

Eine Reduktion auf Männer- und Frauenmärkte greift zu kurz, dazu sind die Definitionen, wer welche Rolle wann innehat, zu fluide. Und wenn es Kosmetik für Männer gibt, berührt das zum einen die besonderen Pflegebedarfe der männlichen Haut, zum anderen aber eben auch ein neues Rollenverständnis gegenüber Kosmetik.

Ein anderer interessanter Punkt: In Lehrbüchern liest man, dass sich für technische Innovationen besonders junge, gut ausgebildete Männer interessieren. Meine Frage hier: Muss aus dem Lehrbuchwissen nicht zwangsläufig eine sich selbsterfüllende Wahrheit entstehen, da ja technische Innovationen – dem Lehrbuch folgend – die Bedarfe junger, gut ausgebildeter Männer adressieren, nicht aber die von älteren Frauen?

Die Wirtschaft steht vor großen Herausforderungen und das alte stark männlich geprägte ökonomische Wertesystem bröckelt. Wie sieht es jetzt für Frauen aus, die etwas bewegen wollen?

Neben der viel zitierten gläsernen Decke gibt es das Bild der gläsernen Klippe. Gemeint ist, dass in Zeiten großer Umbrüche andere Herangehensweisen, unübliche Ideen und Konzepte gefragt sind. Das ist immer eine Chance für Frauen, die andere Ansätze vorschlagen. Hier können sich Stereotype auch positiv auswirken – dieses ‚Anderssein‘ schreibt man Frauen in Führungspositionen zu.

Was wird Frauen mehr zugetraut als Männern?

Befragungsergebnisse zeigen vielfach: Durchsetzungsstärke, psychisches und physisches Durchhaltevermögen, Fokussiertheit auf die Arbeit und Führungsstärke werden Männern zugeschrieben, Frauen eher Kommunikationsstärke, Empathie und Teamorientierung. Zugleich sind die den Männern zugeschriebenen Eigenschaften karriererelevant. Ich finde es – Männern und Frauen gegenüber – unfair, Frauen als die besseren Menschen abzustempeln.

Wie unterscheidet sich ein Unternehmen mit Frauen in Führungspositionen von einem, das nur von Männern geleitet wird?

Aktuell ist der Anteil von Frauen in Führungspositionen ein Indikator für das Zulassen von Perspektivenvielfalt. Ob von Frauen geleitete Unternehmen mehr wirtschaftlichen Erfolg haben? Mag sein, aber ich vermute, das hat weniger mit dem Geschlecht als vielmehr mit anderen Perspektiven oder einfach einem größeren Pool an Personen zu tun, aus dem man die Führungspersonen auswählen konnte.

Was bedeutet Gestaltung für Sie als Wissenschaftlerin und als Managerin?

Ideen eine Gestalt geben können – das kann Gestaltung, können Gestalter_innen gerade dann, wenn es noch keine Definitionen, technischen Prototypen oder Produkte gibt. Gute Gestaltung erlaubt es, inter- und transdisziplinär über neue Produkte, Technologien – über denkbare Zukünfte – sprechen zu können. Damit ist es für mich ein sehr wichtiges Instrument, wenn es um Neues gehen soll.

Was könnte die Wissenschaft von der Kunst lernen?

Viel mutiger auf Neues zuzugehen und Entwicklungen frühzeitig zu bewerten. Und: eine Methodik für inter- und transdisziplinäre Dialoge.

Welches ist die größte Baustelle bei der Gestaltung der Zukunft?

Es fehlen etablierte Ansätze, die es erlauben, die unterschiedlichen Gruppen in einer Gesellschaft bei der Gestaltung der Gesellschaft einzubeziehen.

Wer dürfte im Team ‚Zukunftsgestaltung‘ auf keinen Fall fehlen?

Gestalter_innen, gerne auch Künstler_innen – denn sie haben Methoden, Ideen eine Gestalt zu geben, und damit die Möglichkeit, über neue Ideen aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln und zum Beispiel mit unterschiedlichen disziplinären Bildungshintergründen auf Augenhöhe zu diskutieren. In einem solchen Moment ist noch nichts definitiv besetzt. Das ist eine notwendige Voraussetzung für inter- und auch transdisziplinäre Dialoge, auch in der Forschung.

Auf welche Frage hätten Sie gerne mal eine Antwort?

Wann sind Jurist_innen bereit, bereits bei der Technologiegestaltung mitzuwirken, oder sind das dann Ethiker_innen?

Welche Entwicklungen, Produkte oder Maßnahmen haben Sie in der letzten Zeit durch Ihren visionären und zugleich anwendungsorientierten Gehalt besonders beeindruckt?

Nach dem Hören und Sehen über Distanz (Telefonie, Skype) ist mit dem sogenannten ‚MoMA-Ei‘, dem *Roly Poly* (vgl. S. 226), auch das ‚Fühlen‘ über Distanz möglich. Das eröffnet ganz neue Möglichkeiten der Interaktion über eine Entfernung hinweg, und ganz neue soziotechnische Innovationen.

Was ist ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Eine gerechtere Chancenverteilung. Sie ist die Voraussetzung für eine friedlichere Welt.

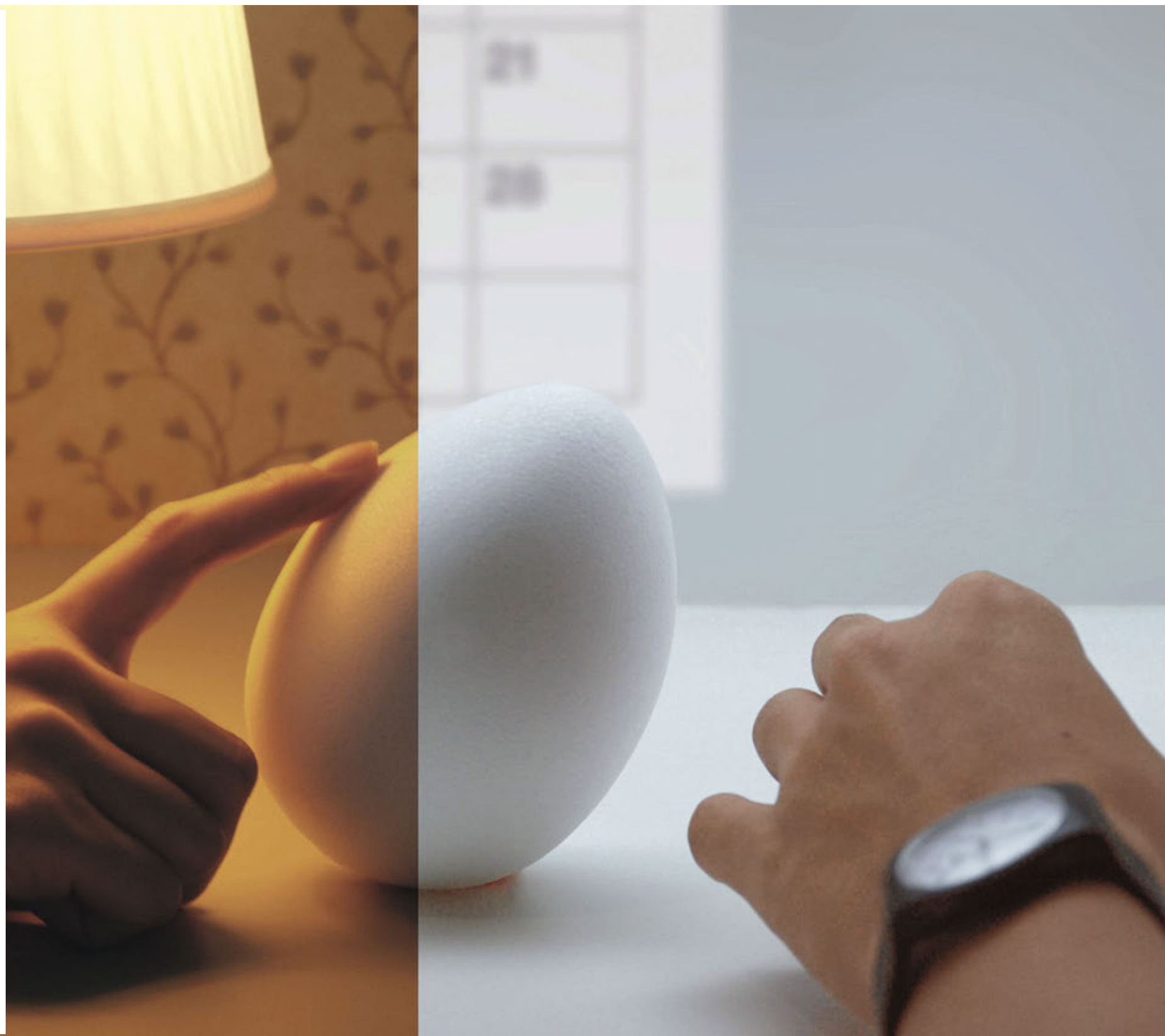
Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Viel mehr Aktivitäten müssen auf echter Augenhöhe erfolgen, nicht in vermeintlich hierarchischen Beziehungen.

ROLY POLY – EMOTIVE INTERACTIVE DEVICE

Design Incubation Centre

Im Kommunikations- und Digitalisierungszeitalter interagieren Menschen auf der ganzen Welt miteinander. Wie selbstverständlich tauschen sie sich über Textnachrichten und Videoanrufe aus, selbst wenn sie räumlich voneinander getrennt sind. Die vielfältigen Optionen bieten längst auch die Möglichkeit, Stimmungen und Gefühle zum Ausdruck zu bringen. Mit *Roly Poly* (Englisch für kugelrund) ist jetzt auch ‚Fühlen über Distanz‘ möglich: Das vom *Design Incubation Centre* in Singapur entwickelte experimentelle Produkt ermöglicht den Austausch von Berührungen zwischen Personen, auch wenn sie an ganz verschiedenen Orten sind. Der aus einem Paar bestehende Prototyp erinnert an zwei große Hühnereier und eröffnet ganz neue Möglichkeiten der sinnlichen Interaktion: Durch sanftes Antippen oder starkes Schütteln eines *Roly Poly* wird dieses angestoßen und überträgt die entsprechende Bewegung zeitgleich auf seinen Partner – auch ganz entfernt irgendwo auf der Erde.



„DIE NEUEN GEMEINSCHAFTS- FORMEN SIND DIE KEIMZELLEN EINES NEUEN WOHLSTANDSVER- STÄNDNISSES.“



„Me, myself and I“ war gestern! Die italienische Konsumpsychologin und Unternehmensberaterin SIMONETTA CARBONARO baut auf das ‚Design der Zukunft‘. Entsprechend ihres Leitmotivs ‚Form follows sense‘ sollten Designer_innen in unserer heutigen scheinbar ‚sinn-losen‘ und krisengebeutelten Zeit sich zunächst bemühen, etwas ‚Sinn-volles‘ zu machen, bevor sie daran denken, diesem eine Form zu geben. Carbonaros Vision? Design als Zukunftsschmiede für den Entwurf alternativer Lebensmodelle zu verstehen, die in eine ‚Wir-Gesellschaft‘ mit neuem Wohlstandsverständnis münden.



Können Sie als Konsumpsychologin erläutern, wie sich das Konsumverhalten in den letzten Jahren verändert hat?

Angesichts der ökonomischen, sozialen und umweltbedingten Turbulenzen unserer Zeit vermag uns unser bisheriger Lebensstil – der auf materiellem, vergänglich-hedonistischem und unbekümmert-spaßigem Konsum ausgerichtet ist – nicht mehr die Sicherheit zu geben, die wir heute so dringend brauchen. Das, was vor Kurzem noch so selbstverständlich war, erscheint uns jetzt so bemerkenswert unvernünftig. Keine Extravaganzen mehr. Die Exzesse und Übertreibungen eines Designs, das sich als Handlanger des Marketings mit flüchtigen Lifestyle-, Erlebnis- und Traumwelten anstatt mit wirklichen Innovationen befasst, gehören dem zu Ende gehenden Zeitalter der Postmoderne an.

Die Konsument_innen empfinden diese Unmenge an designten Produkten, gestylten Verkaufsorten und extravaganten Botschaften, die alle um ihre Aufmerksamkeit konkurrieren nur noch als Vorwand, an ihren Geldbeutel heranzukommen. Es scheint, als ob die Konsument_innen sich nach all den Irren und Wirren einer ‚Zuvielisation‘ heute nach einer Pause sehnen. Sie haben es satt, die ‚hedonistische Tretmühle‘ wie Hamster immer weiter anzutreiben und beginnen eine ‚glückliche Bescheidenheit‘ als neuen Lebensstil für sich zu entdecken. Das heißt ein maßvolleres Leben, das sich wieder auf das Wesentliche konzentriert.

Welche Werte spielen heute eine Rolle bei den Konsument_innen?

Es geht den Konsument_innen heute nicht mehr nur um Produktnutzen. Mit der Geste des Konsums wollen sie auch ihre soziale Einstellung gemäß ihrem ganz persönlichen Wertesystem bekunden. Sie haben erkannt, dass es zwischen ihren Einkäufen und dem Zustand der Welt eine Verbindung gibt. Damit wird Konsum auch zu einer Geste, die den Dingen eine jeweils eigene Bedeutsamkeit gibt. Das Produkt muss für die Konsument_innen eine ganz persönliche Relevanz verkörpern.

Unsere Studien zeigen, dass Kund_innen keine reinen Verbraucher mehr sind. Sie agieren als aufgeklärte Marktteilnehmer_innen und verhalten sich einerseits als professionelle Konsument_innen, die auf der Suche nach den besten Standardprodukten zum niedrigsten Preis sind. Andererseits treten sie auch als kritische und selbstbewusste Individuen auf und interessieren sich für die inneren Werte von Produkten und Marken, die ihrem Bedürfnis nach Beziehung,

Vertrauen und Wohlbefinden gerecht werden und ihrer Lebenseinstellung entsprechen. Diese vier Wertefelder definieren das soziokulturelle Modell des Konsums, das den Mehrwert von Produkten und Marken über eine ganzheitliche Erfahrung vermittelt. Es spricht die subjektiv-emotionale, kollektiv-kulturelle und die existentiellen Bedürfnisse der heutigen Konsument_innen an und setzt nicht nur auf ein inszeniertes multi-sinnliches Erlebnis, das mit der eigentlichen Unternehmensleistung kaum etwas zu tun hat.

Ist es das, was Sie unter Authentizität verstehen?

Authentizität ist heute in aller Munde. Denn eine Konsumwelt, die nur vortäuscht, dass sich alles nur um unsere Wünsche dreht, erzeugt in uns das Gegenteil von Befriedigung. Sie erzeugt Verwirrung, Ratlosigkeit und ein immer stärker werdendes Gefühl der Entfremdung. Diese Entfremdung weckt eine starke Sehnsucht nach wieder verlässlichen Anknüpfungs-, Anhalts- und Bezugspunkten.

Der Begriff der Authentizität beschreibt allerdings kein Wertesystem, an dem man sich orientieren könnte. Authentizität hat nichts mit ethischen Werten wie Echtheit, Natürlichkeit oder Ehrlichkeit zu tun oder mit den platonischen Werten des Wahren, Schönen und Guten. Authentizität impliziert keinerlei moralische Haltung oder Bewertung, ist aber eine notwendige Voraussetzung, um eine eigene Beziehung und einen eigenen Standpunkt zu den Dingen der Welt aufbauen zu können und unsere Identität zu entwickeln.

Dieses neue Bedürfnis der Konsument_innen nach Authentizität ist kein kurzfristiger Trend. Es ist als Ausdruck einer Re-Orientierung der Moderne zu verstehen, die sich einen Schwenk zum Hedonismus der Postmoderne leistete und sich jetzt wieder neu erfindet.

Wie lässt sich Authentizität entwickeln?

Die Wiederentdeckung des Urtümlichen in der Form des Urigen ist die direkteste und wohl einfachste Art, mit Authentizität umzugehen. So erfahren urtümliche Produkte wie der *Lardo di Colonnata* in Italien oder in Deutschland vergessene Rassen wie das bunte *Bentheimer Landschwein* heute einen zweiten Frühling. Und auch bei Designermöbeln und in der Mode ist eine gewisse Rückkehr zum Primitivismus zu beobachten.

Dann gibt es das Original, das vergangene Traditionen aufnimmt und sie zeitgemäß interpretiert. Solche Innovationen, die sich aus einem Traditionsverständnis

heraus entwickeln, haben sehr viel größere Erfolgchancen als viele andere neue Produkte. Denn Tradition ist immer Teil einer lebendigen Kultur und sie zu nutzen bedeutet, das Neue im Einklang mit den menschlichen Dimensionen – und daher auch mit dem Markt – zu erfinden.

Eine dritte Ausprägung der Authentizität ist schließlich das Originelle, das Neue, die wirkliche Innovation. Doch damit eine Innovation die Kraft der Authentizität hat, muss sie den Menschen etwas sagen können. Sie muss einen Bezug zu ihrer Auffassung von Lebensqualität herstellen können, sonst wird sie nur als exzentrisch und grotesk belächelt.

Innovation vollzieht sich immer in einem dialektischen Disput von Tradition und Neuem. Es geht um Kultur, Geschichte und Territorium einerseits und um Exploration und ... ja, auch um Transgression andererseits. Authentisch innovieren heißt also, die Zukunft mit Wissen, Erfahrung und Sensibilität zu entdecken. Das bezieht sich nicht nur auf Produkte, sondern trifft durchaus auch auf neue Formen der Kommunikation und, noch wichtiger, der Markenführung zu.

Sie sprechen vom ‚Design des Wohlstandes‘. Was meinen Sie damit?

Trotz vielfacher Vorwarnungen stehen wir heute ziemlich überrascht vor einem Kontinuitätsbruch unseres westlichen Entwicklungsmodells, das auf stetigem materiellem Wachstum beruht. Und niemand weiß so richtig, wohin die Reise geht oder auch nur gehen könnte. Denn das, was uns heute so dringend fehlt, ist das Design einer Zukunft, das Design eines neuen Wohlstandsverständnisses also, das uns in diesen krisengeschüttelten Zeiten wieder Hoffnung und die Kraft zur Veränderung geben kann.

Wenn ich vom ‚Design des Wohlstandes‘ spreche, dann benutze ich den Begriff des Designs in seiner angelsächsischen Bedeutung, die sich nicht nur auf die Entwicklung und Formgebung von Objekten bezieht, wie dies im deutschen Sprachraum üblich ist. Unter Design verstehe ich zunächst und vor allen Dingen den Entwurf von neuen Lebensmodellen, aus denen sich dann, in einem zweiten Schritt, wirkliche Innovationen in Form von neuen Produkten, neuen Dienstleistungen oder neuen Prozessen ableiten.

Was für neue Lebens- und Arbeitsmodelle gilt es zu entwerfen?

Wenn man sich mit offenen Augen durch die Welt bewegt, wird man eine Unzahl solcher neuen Lebensmodelle entdecken können. Das kann ein Portal

sein, über das man ein von Oma gekochtes Leibgericht bestellen kann. Ein Atelier, in dem Modedesigner_innen abgelegte Kleider in neue verwandeln. DIY-Werkstätten, wo man Werkzeuge ausborgen, vorhandene Maschinen benutzen, Anleitungen und Hilfe zum Selbermachen bekommen und das Geschaffene auch noch ausstellen und verkaufen kann. Oder es können Hightech-Werkstätten wie *MakerSpace* oder *FabLab* sein, die technologische Plattformen anbieten, über die man komplexe Einzelstücke fertigen, neueste Produktionsverfahren testen und erlernen oder neue Prototypen entwickeln kann.

Diese neuen Gemeinschaften, die beispielsweise Ezio Manzini sehr breit und auch global erforscht hat, zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich meistens auf kleine Strukturen stützen, im Lokalen stark verwurzelt, offen für neue Anregungen und untereinander eng vernetzt sind. Im Gegensatz zu klassischen Unternehmen bilden diese neuen Gemeinschaften verteilte ökonomische Systeme, die viel anpassungsfähiger und resilienter gegenüber politischen, ökologischen oder ökonomischen Katastrophen sind.

Sind diese Modelle Vorbote einer neuen Gesellschaftsform?

Diese Gemeinschaften zählen zu der sogenannten ‚Transition-Bewegung‘. Sie haben keinen Anführer, keine Ideologie und sind auch keine Protestbewegung. Sie sind von dem Bestreben getrieben, sich in unseren krisengeschüttelten Gesellschaften über neue nachhaltige Arbeits- und Lebensformen eine konkrete Gegenwart mit Zukunft zu schaffen. Nach Paul Hawken setzt sich diese globale Bewegung heute aus mehr als zwei Millionen Gemeinschaften zusammen, in der über 200 Millionen Menschen tagtäglich arbeiten und mit ihrer Arbeit Hunderte von Millionen weitere Menschen beeinflussen.

Man sollte sie deshalb als Zukunftsinformatoren betrachten, die über ihre konkreten Projekte den Prozess des gesellschaftlichen Wandels immer wieder anstoßen bis sich in unseren offenen und demokratischen Gesellschaften eine neue Zukunftsperspektive herausgebildet hat. Die Gestaltung der Zukunft ist ein dynamischer Prozess, der nicht deterministisch abläuft.

Sie sagen ‚Me, myself and I‘ war gestern und heute bewegen wir uns hin zu einer ‚Wir-Gesellschaft‘. Warum – und was macht die ‚Wir-Gesellschaft‘ aus?

Heute ist der Traum nach stetig steigendem materiellem Wohlstand und sozialem Aufstieg in unseren westlichen Gesellschaften ausgeträumt. Es herrscht

eine allgemeine Perspektivlosigkeit, die bei den Menschen ein Bedürfnis nach Gemeinschaft, Solidarität und Freundschaften erzeugt.

So erfährt beispielsweise die Familie heute eine ganz neue Anziehungskraft. Allerdings weniger in ihrer alten Struktur der traditionellen Kernfamilie, sondern in vielen neuen Formen von Schicksalsgemeinschaften und Wahlverwandtschaften. Auch die neuen Formen von Wohn-, Haus-, oder Siedlungsgemeinschaften, die in vielen Städten im Rahmen von sogenannten Co-Housing-Projekten entstehen, sind als Gegenentwurf zur Entfremdung postmoderner Lebensweisen zu verstehen.

Ich habe diese neuen Gemeinschaftsformen ‚Wir-Gesellschaft‘ genannt, weil sie auf einer Vielzahl verschiedener Formen von kollektiven Werteverständnissen beruhen. Sie geben den Menschen wieder Vertrauen in die Zukunft und sind die Keimzellen eines neuen Wohlstandsverständnisses.

Um diese kulturelle Transformation hin zu der neuen Ökonomie der ‚Wir-Gesellschaft‘ zu schaffen, muss sich die Disziplin des Designs allerdings aus den Fängen des Marketings befreien und ein neues Selbstverständnis entwickeln, dass sich an dem Motto ‚Form follows Sense‘ orientiert. Diese neue Ökonomie der Bedeutsamkeit wird nach der Ökonomie der materiellen Bedürfnisse und der Ökonomie der immateriellen Wünsche die nächste und wahrscheinlich letzte Wachstumsphase der Konsumwirtschaft einläuten. Denn sie ist die einzige Ökonomie, die zugleich nachhaltig ist und unbegrenztes Wachstum erlaubt.

Was müssen wir tun, um ‚Sinn-volles‘ zu machen?

Als Erstes müssen wir unseren Standpunkt zum Marketing verändern. So dürfen wir beispielsweise die Menschen nicht mehr als Targets, also als Zielgruppe betrachten, sondern sollten sie vielmehr als Partner verstehen. Die Logik der Zielgruppen macht nämlich gegenüber den realen Bedürfnissen der Menschen blind. Sie beruht nicht auf Gegenseitigkeit und lässt daher keine Beziehung zu.

Außerdem müssen wir unsere innere Haltung, unsere Werte und unser Verantwortungsbewusstsein materialisieren. Wir müssen lernen, für Konsument_innen wieder bedeutsam zu sein und ihnen mit unserem Angebot und unseren Marken Orientierung zu bieten. Dann wird Konsum zu einer aktiven und selbstbestimmten Geste, die Sinn macht. Anstatt ständig auf die Maschen

des Lifestyles und des Experience Marketing zurückzugreifen, müssen wir Kultur schaffen, um Menschen zur Entwicklung nachhaltigerer Lebensmodelle und Denkrichtungen zu bewegen. Wir müssen unser Wissen und unsere Freude an der Erschaffung poetischer Erfahrungen und sinnvoller Erlebnisse wiederfinden, um den Waren und den Orten unserer Konsumgesellschaften einen Wert zu geben.

Schließlich dürfen wir Kommunikation und Design nicht einfach nur als kosmetische Instrumente nutzen. Wir müssen uns von den Neurosen einer postmodernen Kommunikation befreien, die nur auf den letzten Trend versessen ist, aber keine Grammatik und keine Syntax kennt. Wir müssen die Marketing-Verkrustungen von den Archetypen der Kommunikation abklopfen, damit wir ein Ei endlich wieder ein Ei nennen können.

Wer, anders als Künstler_innen und Designer_innen, könnte diese heute stattfindende kulturelle Transformation begleiten und antreiben?

Lassen sie mich einige Beispiele dafür geben, wie das Design ein sehr empfindlicher Seismograf für soziokulturelle Strömungen sein kann und kulturelle Transformationen anstoßen kann.

So hatte ich in den 1980er-Jahren das Glück, bei *Olivetti* mit Ettore Sottsass zusammenzuarbeiten, einem der großen Meister des Designs, für den Industrial Design eine Art war, über Leben, Gesellschaft oder gar Erotik zu diskutieren. Nicht die Möglichkeiten der Technik standen im Mittelpunkt seiner antikonformistischen Entwürfe, sondern der Mensch mit all seinen Träumen. Er verstand Design als ein Mittel, über die Gegenstände des täglichen Lebens eine bessere Gesellschaft zu schaffen. Und er nutzte Design, um humanistische Ansätze in die vorherrschende tayloristische Unternehmenskultur der Moderne einzubringen, die sich durch Standardisierung und Uniformierung auszeichnete.

Aber auch Modedesigner_innen haben den Ausbruch aus der Rigidität und dem Konformismus des Zeitalters der Moderne geprobt. Denken wir doch daran, wie Vivienne Westwood sich mit ihrer rebellischen Mode gegen den Traditionalismus des britischen Bürgertums gestellt hat. Mit ihren skrupellosen Kreationen hat sie den Schrei nach Freiheit und das Bedürfnis einer ganzen Generation zum Ausdruck gebracht, mit den bürgerlichen Moralvorstellungen zu

brechen. Und auch heute beweist die ‚Grande Dame‘ der britischen Mode mit ihren Kampagnen Zivilcourage.

Armani hat seinerseits vor mehr als 30 Jahren nicht einfach nur die Prêt-à-Porter-Mode erfunden und den Luxus demokratisiert. Er hat mit dem Rollenbild der Frau als Hausfrau und Mutter gebrochen und Frauen mit ‚Schultern‘ ausgestattet, damit sie ehrgeizig, stählern und mit erhobenem Haupt in die von Männern und Männlichkeit besetzte Arbeitswelt eintreten können. Indem er sie in Hosen gesteckt hat, ohne ihr jedoch den Tailleur wegzunehmen, hat er voll den Puls der Zeit getroffen.

Katharine Hamnett schließlich ist eine englische Modedesignerin, die schon in den 1980er-Jahren Elemente der heute stattfindenden kulturellen Transformation vorweggenommen hat. Sie hat mit ihrem Konzept der sogenannten ‚anziehbaren Politik‘ als eine der ersten die Nachhaltigkeitsprobleme unserer Konsumgesellschaft angesprochen. Mit ihren berühmten T-Shirts hat sie auf die ökologischen und sozialen Probleme bei der Textilproduktion hingewiesen und sich gegen den Thatcher-Neoliberalismus gestellt.

Auch wenn diese Designer_innen den Lauf der Geschichte nicht verändern konnten, so haben sie doch Geschichte geschrieben und kulturelle Veränderungen angestoßen.

Und die Designer_innen heute, was ist deren Geschichte?

Heute liegt die kulturelle Transformation zu einem neuen Wohlstandsverständnis in der Hand einer neuen Generation von Designer_innen. Sie sind viele, sie sind mutig und sie haben sich schon an die Arbeit gemacht, das Design zu re-designen. Sie zeigen uns, dass Innovationen mit der Wiederverwendung des Gebrauchten zu tun haben kann und dass das Neue sich aus dem Dialog zwischen Tradition und Zeitgeist entwickelt. Sie zeigen uns, dass Technologie nicht unbedingt Muskeln braucht, sondern auch leicht und elegant auftreten kann. Sie zeigen uns, dass unser größter Reichtum unsere kulturelle Diversität ist und dass sich daraus neuer Reichtum generieren lässt. Und sie zeigen uns schließlich, dass sie bereit sind, diese ganz neue Herausforderung des Designs anzunehmen: das Design des Wandels nämlich.

Das Interview führte Sarah Dorkenwald.



WAGNISART

Wohnbaugenossenschaft
wagnis eG, bogevischs buero
architekten & stadtplaner
GmbH, SHAG, Udo Schindler,
Walter Hable Architekten GbR

Bezahlbarer Wohnraum ist eine der größten Herausforderungen für wachsende Städte der Zukunft. Zugleich ist der Wunsch nach Partizipation und Gemeinsamkeit groß. Das genossenschaftliche Projekt *wagnisART* wirkt wie eine erfüllte Utopie. Fünf unregelmäßige Gebäude mit verschiedenen Höfen und Plätzen, verbunden mit Stegen und Brücken bieten Lebensraum für über 250 unterschiedlichste Lebensmodelle. In sogenannten Cluster-Apartments stehen für sechs bis zehn Parteien sowohl privater Wohnraum mit Schlafzimmer, Kochnische und Bad als auch Gemeinschaftsräume zur Verfügung. Im Areal gibt es einen Veranstaltungsraum, ein Restaurant, eine Dachterrassenlandschaft mit Nutz- und Blumenbeeten, Werkstätten, Ateliers, Gästeapartments und halböffentliche Einrichtungen. Das sozial, typologisch und ökologisch innovative Projekt bricht mit den konventionellen Aufgaben von Bauherr_innen und -leitung. Die Mitglieder der Genossenschaft konnten ihre Idee des Wohnens und deren Gestaltung maßgeblich mitbestimmen und gemeinsam umsetzen. Dieses deutschlandweit einzigartige Projekt wurde 2016 mit dem *Deutschen Städtebaupreis* ausgezeichnet.

„WIR MÜSSEN EHER AN EINEN WALD, ALS AN EINEN EINZELNEN BAUM DENKEN!“



Schon in den 1990er-Jahren, als JOHN THACKARA die Konferenz *Doors of Perception* gründete, brachte er Design und Umweltfragen in Relation zueinander. Es ging ihm darum, die Wahrnehmung zu schärfen und gemeinsam Zusammenhänge anders zu betrachten sowie gute Ideen ‚für die Sache‘ zu teilen, um diese im Austausch miteinander umzusetzen. In seinem neuen Buch *How to thrive in the Next Economy: Designing Tomorrow's World Today* überzeugt er den Leser davon, dass es sich hier nicht um naive Ideen von realitätsfernen Weltverbesserern handelt, sondern um eine ernstzunehmende globale Bewegung.



Wie sieht Ihre Vision der ‚Next Economy‘ aus?

Mein Buch richtet sich an Menschen, die sich Sorgen machen über eine Ökonomie, die die Natur zugunsten endlosen Wachstums verschlingt. Ich behaupte, eine andere Welt ist nicht nur möglich – sie passiert bereits: eine Welt, in der wir alles Leben wertschätzen, nicht nur das menschliche; eine Welt, in der Fortschritt an der Gesundheit aller Lebewesen gemessen wird und an der Qualität unserer Beziehungen, statt lediglich an Transaktionen und Geld.

In Ansätzen existiert diese Welt bereits. Ich weiß es, weil ich 30 Jahre damit verbracht habe, Geschichten über Menschen zu sammeln, die neue Wege suchen, um gleichbleibende Bedürfnisse anzupacken: Rekultivierung von Land, Wasserverteilung, Häuserbau, Nahrungsmittelanbau, Kleidungsherstellung, Reisen und Fürsorge.

Manche dieser Aktivitäten klingen vielleicht seltsam – beispielsweise ‚Bodenaufbereitung‘, ‚Flusspflege‘ oder ‚soziale Landwirtschaft‘. Aber die Menschen, die ich treffe, sind keine Superhelden. Sie sind normale Menschen, die in diesen seltsamen Zeiten inspirierende Arbeit vollbringen.

Sie sprechen über ‚Civic Ecology‘. Was meinen Sie damit und warum ist das so wichtig?

Der Kern unserer heutigen Probleme liegt darin, dass keine Verbindung mehr zwischen der von Menschenhand gemachten Welt und der Biosphäre besteht, von der wir aber schließlich ein Teil sind. Entweder wir denken über Flüsse, Böden und Biodiversität überhaupt nicht nach oder wir behandeln sie wie verfügbare Ressourcen, deren einziger Zweck es ist, die Wirtschaft anzutreiben. Deshalb befürworte ich ein Design, das wieder Verbindungen herstellt – nicht nur zwischen Menschen, sondern mit allen möglichen ‚lebenden Systemen‘, von denen unser Leben abhängt. Ein Beispiel: Wenn ich mich mit Stadtplaner_innen und -manager_innen treffe, beginne ich mit zwei Fragen: „Wissen Sie, wo Ihr Mittagessen herkommt?“ und „Wissen Sie, ob die Umwelt dort intakt ist oder nicht?“ Diese Fragen kommen unerwartet und bringen sie dazu, sich Gedanken zu machen über den Zustand der Regionen, die ihre Stadt mit Nahrung und Wasser versorgen. Im Rahmen dieser Überlegungen tauchen neue Innovationsmöglichkeiten auf – so wie die Instandsetzung von Flüssen oder das Urban Farming. Zivilökologie (Civic Ecology) schafft eine Nachfrage nach neuen Unternehmensformen: Food Coops, Kollektivküchen, Gemeinschaftssessen, essbare Gärten, neue Distributionsplattformen, verschiedene Wege, Ressourcen zu teilen und zusammenzuarbeiten. Das sind alles Möglichkeiten des Urban Designs.

Können Sie uns ein Beispiel für Ihre sogenannten ‚Signals of a New Story‘ geben?

Die Hauptgeschichte ergibt sich für mich aus der großen Vielzahl an Projekten und Initiativen da draußen. Kein einzelnes Projekt ist das magische Einhorn, das zu einer riesigen Eiche erwächst. Wir müssen eher an einen Wald als an

einen einzelnen Baum denken! Wenn man sich gesunde Wälder ansieht, stellt man fest, dass sie sehr vielfältig sind – und wir sehen ein gesundes Maß an Vielfalt sozialer Innovationen überall auf der Welt. Jeder soziale und ökologische Kontext ist einzigartig und die Antworten, nach denen wir suchen, werden sich aus einer unendlichen Fülle an lokalen Bedürfnissen ergeben.

Viele dieser Grassroot-Projekte, von denen Sie erzählen, lassen mich an verborgenes Wissen denken, das wir versuchen, wiederzuentdecken, um in Harmonie mit der Natur zu leben. Wie können wir dieses verborgene Wissen nutzen und dabei gleichzeitig fortschrittlich bleiben?

Seit der Kolonialzeit haben die reichen Menschen im Norden ohne es zu hinterfragen angenommen, unsere Lebensart sei weiterentwickelt als jede andere. Wir haben angenommen, Urbanisierungs- und Verkehrsintensität seien Zeichen des Fortschritts; Zufußgehen sollte dem Autofahren weichen; Hochhäuser seien besser als Mehrfamilieneinheiten; Beton sei hochwertiger als lokale Materialien; in eine Versicherung einzahlen sei besser als sich gegenseitig zu helfen und Fast-Food-Restaurants seien eine Verbesserung der Bedarfswirtschaft. Genauer gesagt haben wir die Menschen und Lebenswege, die schon vorhanden waren, als Hindernisse des Fortschritts und der Modernisierung betrachtet. Aber nachdem auch das Leben für uns unsicher und prekär wird, schwindet der Unterschied zwischen ‚denen‘ und ‚uns‘. Was ein maßvolles Konsumleben betrifft, sind die armen Menschen dieser Welt wesentlich weiter im Lernprozess als der Rest von uns. Es wäre anmaßend von mir, benachteiligte Menschen über ihr glückliches Los belehren zu wollen, aber es ist und bleibt Tatsache, dass die vielen Menschen, die ich in Slums und Favelas getroffen habe, ein akzeptables und halbwegs bequemes Leben führen, und das nur mit einem Bruchteil der Energie und Ressourcen, die wir im Norden verbrauchen. Millionen von Menschen mit niedrigem Einkommen decken ihre täglichen Bedürfnisse ab, ohne dafür Geld auszugeben; Geldökonomie, durch ein Netzwerk aus gegenseitiger Hilfe und Spenden. Sie überleben, und das gar nicht mal schlecht, innerhalb eines engen lokalen und sozialen Netzes, das auf verwandtschaftlicher Beziehung, Austausch und unzähligen Arten des gemeinsamen Nutzens von Ressourcen basiert. Diese soziale Ausrichtung ist einer der Gründe dafür, dass so viele kleine Unternehmen gar nicht wachsen müssen. Ich mag die Formulierung von Walter Mignolo: „Ihr Ziel ist es, zu arbeiten, um zu leben – nicht zu leben, um zu arbeiten.“

Glauben Sie tatsächlich, es wird einen Wendepunkt geben, an dem das ökonomische System nicht mehr länger vom Wachstum angetrieben wird? Wann wird das passieren? Aus heutiger Sicht hört sich das völlig unglaublich an!

Die Geschichte ist voll mit Beispielen von Wirtschaftssystemen, die für immer zu bestehen schienen – nur um dann plötzlich zu verschwinden. Denken Sie an

die Sowjetunion. Der französische Philosoph Edgar Morin hat das sehr schön formuliert: „Alle großen Transformationen waren undenkbar, bis sie tatsächlich passierten; die Tatsache, dass ein Glaubenssystem tief verankert ist, heißt nicht, dass es sich nicht ändern kann.“ Auch in unserer Zeit gibt es zunehmende Veränderung – aber sehr leise und fernab von medialer und politischer Aufmerksamkeit. Veränderung geschieht nicht, wenn man den Menschen sagt, sie sollen sich verändern – gerade dann nicht! Veränderung geschieht, wenn sich die Auswirkungen von Experimenten, Wandel und Brüchen anhäufen und zu einer Transformation des Systems als Ganzes beitragen.

Sie schreiben auf Ihrer Webseite: „Um Dinge anders zu machen, müssen wir Dinge anders betrachten. Sind nicht gerade Designer_innen und Künstler_innen besonders gut darin?“

Designer_innen und Künstler_innen sollen von der großen Auswahl an neuen Projekten und Orten, von denen ich schreibe und die es gilt voranzutreiben und weiterzuentwickeln, begeistert werden. Wir brauchen Karten mit den Schutzgütern der jeweiligen Bioregionen, wie Böden und Wassereinzugsgebiete, Landwirtschaft und Biodiversität. Es müssen Orte und Räume gefunden werden, die für Kollaborationen geeignet sind und wenn nötig angepasst werden – von Maker Spaces zu Kirchen, von Rathäusern zu Büchereien. Neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Peer-to-Peer-Plattformen werden benötigt, um die Menschen dabei zu unterstützen, Ressourcen aller Art untereinander zu teilen – dazu gehört Land genauso wie Zeit und Wissen. Das sind alles – zumindest zu einem Teil – Aufgaben des Designs, auch wenn sie im Lehrplan der meisten Designschulen und in den Imagebroschüren der Designunternehmen nicht auftauchen.

Wo sehen Sie derzeit den größten Handlungsbedarf für Designer_innen sowie für Künstler_innen?

Ich muss mit etwas Negativem beginnen: Priorität haben nicht die Botschaften oder utopischen Konzepte. Wir wissen, dass sich Dinge ändern müssen! Priorität hat die Förderung besserer und vielfältiger Verknüpfungen zwischen Menschen, Orten und lebenden Systemen – um das Gespür dafür wiederzuerwecken, in der Natur zu Hause zu sein und sich an ihr zu erfreuen. Das ist der Punkt, an dem Kunst und Storytelling ins Spiel kommen. Sie können unser Interesse anregen, unsere Aufmerksamkeit lenken und sie sind in der Lage, Diskussionen auf eine Weise anzustoßen, wie es einschüchternde Mitteilungen niemals könnten. Marcel Proust sagte dazu etwas Unvergessliches: „Das tatsächliche Entdecken besteht nicht darin, neues Land zu finden, sondern es mit anderen Augen zu betrachten.“

Bei der Gestaltung von Objekten, die einen gemeinschaftlichen Wert besitzen, wie einem Atlas, einer Webseite, einem Plan, einem Gebäude, einer

Landschaft oder einem Meeting, kann der Designprozess ein einzigartiger, wirkungsvoller Weg sein, um die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Disziplinen und Interessenskreisen zu stärken. Auch Service-Designer_innen können bei der Gestaltung einer Plattform etwas Besonderes beitragen, dass die Akteure zum Teilen und Zusammenarbeiten ermutigt. Und Künstler_innen verfügen über eine einzigartige Fähigkeit, Phänomene der realen Welt auf eine Art und Weise darzustellen, die unsere Wahrnehmung verändert.

Welche Entwicklungen in den letzten Jahren in Design, Architektur, Kunst, Ökonomie, Wissenschaft oder Politik waren Ihrer Meinung nach besonders visionär?

Ich bin im Allgemeinen kein Fan von Visionen – und schon gar nicht von Utopien. Wenn jemand durch das Schaffen eines neuen Ortes nach einer besseren Realität sucht, kann das Ergebnis nicht sein, bestehende Orte zu ignorieren oder gar zu ersetzen. Das Design, das wir brauchen, sollte sich mit Beziehungen statt mit Teilaspekten auseinandersetzen. Die größten Schwierigkeiten, mit denen wir konfrontiert sind, beruhen auf unserer festen Angewohnheit, Dinge isoliert von anderen Dingen zu betrachten. Leben existiert nur als fortwährende Gegenwart. Auch Design muss diese Eigenschaft haben, es muss aufmerksamer sein für den Moment als für die Vision.

Können wir mit einer Weltklimakonferenz, die Welt durch Gesetze retten?

Für mich sind Klimagipfel nur eine Handlungsmöglichkeit unter vielen. Überall auf der Welt erzählen Millionen Bottom-up-Projekte eine ganz andere Geschichte, als es die Kompromisse und Ausflüchte auf den Klimagipfeln tun. Weil diese Mikro-Taten verstreut stattfinden und weil die meisten davon unsichtbar sind, werden sie in der öffentlichen Vorstellung nicht als Fortschritt registriert. Und weil sich viele dieser Projekte meist informell in solidarischen Bewegungen, wie *Transition* oder *La Via Campesina*, gruppieren, fühlen sich politische Mainstream-Parteien dadurch nicht direkt zum Handeln herausgefordert. Aber auf lokaler Ebene lässt sich viel erreichen, und wenn man sieht, dass dort tatsächlich Wandel stattfindet, glaubt man wieder daran, dass Transformation möglich ist. Deshalb gibt mir das Bottom-up-Prinzip Hoffnung.

Institutionelle Rahmenbedingungen – vor allem gesetzliche – sind natürlich wichtig. In den meisten heutigen Rechtssystemen haben nur die Menschen Rechte. Wir brauchen ein Rechtssystem, das die Beziehung zwischen Mensch und Natur als eine Einheit und nicht als Ansammlung von Teilen regelt. Aber in einer Vielzahl an Rechtssystemen auf der ganzen Welt – auch

in solchen, in denen man es nicht erwartet hätte – wird die Änderung des Rechtsstatus von allen Lebewesen und Formen und die Festlegung ihrer Schutzrechte vorangetrieben. Eine Wendung, die davon wegführt, die Welt einzig als ‚Ressource‘ zu betrachten. Außerdem findet auf globaler Ebene eine Ausweitung der Menschenrechte auf die Natur in der internationalen Gesetzgebung und den Regierungen statt. Eine Erd-Charta, die genau darauf aufbaut, wurde formal von transnationalen Organisationen anerkannt und eine große Anzahl an Universitäten beteiligt sich am *Earth System Governance Project*, das 2009 ins Leben gerufen wurde. Dieses multidisziplinäre globale Netzwerk aus Wissenschaftler_innen und Fachleuten erforscht neue Wege der Umweltpolitik und schafft damit neue Verknüpfungen zwischen Sozial- und Naturwissenschaften.

Okay, lassen Sie uns in die Zukunft blicken. Was wäre ein Wunsch von Ihnen für die Welt in 20 Jahren?

Ich denke nicht darüber nach, was in den nächsten 20 Jahren passieren wird! Stattdessen versuche ich mich darauf zu konzentrieren, was jetzt passiert – aber unter dem Radar, abseits der Mainstream-Medien, am Rande der Welt, die wir kennen. Es sind diese Randprojekte und -netzwerke, die, wenn man sie zusammennimmt, zu einer großen, wunderbaren Geschichte werden, die erzählt, wozu eine Ökonomie eigentlich gut ist. Anstatt von Dingen, Geld und endlosem Finanzwachstum besessen zu sein, geben diese Projekte dem Wachstum einen Sinn: Böden, Biodiversität und Wassereinzugsgebiete werden gesünder und Gemeinschaften resilienter. Ihre Grundwerte sind Verantwortung und Gesundheit, und nicht Entnahme und Verfall.

Was muss sich heute ändern, damit das erreicht werden kann?

Bei Veränderung und Innovation geht es nicht länger um fein ausgearbeitete Visionen und um das Versprechen von einer besseren Realität, das sich durch irgendein großartiges Design für irgendeine zukünftige Zeit, an irgendeinem zukünftigen Ort ausdrückt. Man muss akzeptieren, dass jetzt gute Dinge passieren genauso wie schlechte. Wir fangen hier nicht bei null an. Eine einfache Veränderung in der Sprache ist ein guter Anfang: Jedes Mal, wenn wir über eine Aktion nachdenken, sollten wir uns fragen, ob diese Tat ‚weniger Schaden anrichtet‘ oder – das wäre transformativ – ‚Dinge besser macht, als sie sind‘.

Das Interview führte Sarah Dorkenwald.

COFFEE MORPHOSES

Annika Kaldoja

Haben Sie schon einmal über Ihren Kaffeesatz nachgedacht? Die estnische Designerin Annika Kaldoja hat es getan – und sich überlegt, wie man aus den rund 7,2 Millionen Tonnen Kaffeeüberresten, die jährlich weltweit anfallen, zukunftsfähiges Material herstellen könnte. Ihr Vorgehen ist dabei ebenso visionär wie auf Nachhaltigkeit und Regionalität bedacht. Das Projekt *Coffee Morphoses* verwendet Kaffeeabfälle aus Coffeeshops von denen es allein in Tallinn mehr als 200 pro Quadratmeter gibt. Diese verbindet Kaldoja mit Biopolymeren als Bindemittel, Glycerin und natürlichen Fasern. Je nach verwendetem Trocknungsprozess gestalten sich die Eigenschaften des neuen Rohstoffs unterschiedlich, wird die Oberfläche schrumpelig oder glatt. Das fertige Material ist nutzer- und umweltfreundlich, schadstofffrei, einfach abbaubar und – wenn gewünscht – ästhetisch imperfekt. Eine Nutzung als Werkstoff für Möbel, Objekte und Innenarchitektur ist ebenso denkbar wie der Einsatz als umweltfreundliches Verpackungsmaterial. *Coffee Morphoses* steht für einen neuen, interdisziplinären Diskurs, der den ökonomischen Verwertungskreislauf neu denkt – und dabei auf maximiertes Recycling bei gleichzeitiger Minimierung neuer Rohstoffe, einen verantwortungsvollen Umgang mit Material und einen ganzheitlichen Designansatz setzt.



DIE GESTALTER_INNEN

2013 gründet der niederländische CEO **Bas van Abel** gemeinsam mit seinen Kolleg_innen **Tessa Wernink** und **Miquel Ballester** das soziale Unternehmen *Fairphone* (S. 22), das zunächst als Projekt aus dem Forschungsinstitut für Kunst, Wissenschaft und Technologie, *Waag Society*, hervorging. Als erstes Smartphone überhaupt wurde das Fairphone mit dem Umweltzeichen *Blauer Engel* ausgezeichnet. Aufgrund seines aufklärerischen und nachhaltigen Ansatzes erhielt Van Abel im Oktober 2016 den *Deutschen Umweltpreis*. www.fairphone.com

Jutta Allmendinger (S. 200) ist seit 2007 Präsidentin des *Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung*, Professorin für Bildungssoziologie und Arbeitsmarktforschung an der *Humboldt-Universität Berlin* sowie seit 2012 Honorarprofessorin für Soziologie an der *FU Berlin*. Sie ist in zahlreichen Beiräten im In- und Ausland tätig und vielfach ausgezeichnet, etwa mit dem *Bundesverdienstkreuz* erster Klasse. Jutta Allmendinger ist Autorin zahlreicher Bücher, darunter *Schulaufgaben. Wie wir das Bildungssystem verändern müssen, um unseren Kindern gerecht zu werden*. www.wzb.eu/de

Der Objektkünstler und Bildhauer **Ei Anatsui** befasst sich in seinen Arbeiten mit Themen wie Konsum, Wiederverwendung und Transformation (vgl. S. 156). Er studierte am *College of Art der Kwame Nkrumah University of Science and Technology* in Kumasi, Zentral-Ghana. Ei Anatsuis Werke werden weltweit ausgestellt, unter anderem im *Metropolitan Museum of Art*, New York, oder im *National Museum of African Art*, Washington, D.C. Auf der 56. Biennale in Venedig wurde er 2015 mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet. www.octobergallery.co.uk/artists/anatsui

Assemble, ein interdisziplinäres Kollektiv mit Standort in London. Das 18-köpfige Team aus Architekt_innen, Designer_innen und Künstler_innen gestaltet gemeinsam mit Freiwilligen und Bewohner_innen Projekte, die Stadtviertel nachhaltig bereichern und wieder lebendig machen. Mit ihrem temporären Projekt *Folly for a Flyover* (vgl. S. 88), unter einer Autobahnbrücke in London verwandelten sie einen Nicht-Ort in einen beliebten öffentlichen Raum. Für ihren kollaborativen und unabhängigen Ansatz wurde Assemble 2015 mit dem Turner Prize ausgezeichnet. www.assemblestudio.co.uk

Das internationale Kollektiv **BeAnotherLab** erforscht die Möglichkeiten erweiterter Körpererfahrungen mittels VR-Technologien. Ausgehend von dem Gedanken, dass Empathie ein visionäres Werkzeug ist, um zwischenmenschliche Interaktion zu revolutionieren, entwirft der Zusammenschluss aus Künstler_innen, Aktivist_innen, Performer_innen und Forscher_innen Instrumente wie die *Machine To Be Another* (vgl. S. 57). Das *BeAnotherLab* wird von internationalen Institutionen unterstützt und kooperiert mit Partnern aus Wissenschaft, Kunst und Zivilgesellschaft. www.beanotherlab.org

2016 übernahm **Sabine Bendiek** (S. 206) die Geschäftsführung von *Microsoft Deutschland*. Seitdem führt die Managerin, die in Mannheim und am *MIT* in Boston studierte, 2.700 Mitarbeiter_innen. Zum Thema Design und künftigen Arbeitswelten wird sie seit der Eröffnung der neuen Firmenzentrale in München häufiger befragt – der Bau kommt ohne feste Arbeitsplätze aus. Sabine Bendiek bewegt sich im Rahmen ihres persönlichen ‚Work-Live-Flows‘ – ähnlich wie ihre Kolleg_innen – in immer wechselnden Arbeitsumgebungen. www.microsoft.com/de-de

Der Architekt **Friedrich von Borries** (S. 108) lehrt seit 2009 Designtheorie an der *Hochschule für bildende Künste Hamburg*. Mit seinem Berliner Projektbüro agiert er in den Grenzbereichen von Stadtplanung, Architektur, Kunst und Design. Im Mittelpunkt seiner Arbeit steht das Verhältnis von Gestaltung und gesellschaftlicher Entwicklung. Forschend und entwerfend setzt er

sich mit den politischen Fragen auseinander, die unsere Gegenwart bestimmen. 2016 ist sein Buch *Weltenentwerfen. Eine politische Designtheorie* in der *edition suhrkamp* erschienen. www.friedrichvonborries.de

Der Industriedesigner **Christoph Böniger** (S. 32) entwarf 1982 in seiner Diplomarbeit den ersten Laptop der Welt, der heute in der *Pinakothek der Moderne* in München ausgestellt ist. Er baute die *Siemens-Designabteilung* in den USA auf, wo er bis 2006 als Designmanager und Geschäftsführer tätig war. 2005 gab er das mehrfach ausgezeichnete Buch *FORM:ETHIK* heraus und gründete 2010 das Produktlabor *AUERBERG*. 2015 initiierte er den *iF Public Value Award*, der 2016 erstmals verliehen wurde. www.auerberg.eu

Kerstin Bund (S. 214), Wirtschaftsredakteurin der Wochenzeitung *Die Zeit*, hat sich intensiv mit der Generation junger Beschäftigter befasst. In ihrem 2014 veröffentlichten Buch *Glück schlägt Geld. Generation Y: Was wir wirklich wollen* beschreibt sie den Wunsch nach aktiver Teilhabe an der Gestaltung von Arbeits- und Lebenswelt und wie sich diese in Zukunft maßgeblich verändern wird. Für ihre Berichterstattung wurde Kerstin Bund unter anderem mit dem *Ernst-Schneider-Preis* für Wirtschaftsjournalismus und dem *Deutschen Journalistenpreis* ausgezeichnet.

Simonetta Carbonaro (S. 228) zählt als Konsumpsychologin zu den Vordenker_innen des Handels und der Konsumgüterindustrie. Sie ist Professorin für Humanistic Marketing und Design Management an der Universität von Borås, Schweden und forscht zum Konsument_innenverhalten und zu sozialen und kulturellen Veränderungen in globalen Gesellschaften. Als Geschäftsführerin der Unternehmensberatung *REALISE* berät die gebürtige Italienerin internationale Unternehmen in Sachen Handelsstrategien, Kommunikation und Innovationsmanagement. www.realise.de

Cucula – Refugees Company for Crafts and Design (vgl. S. 36) ist 2013 aus der Idee entstanden, gemeinsam mit Designer_innen und Pädagog_innen sowie mit fünf Flüchtlingen Möbel nach den Entwürfen des italienischen Designers Enzo Mari zu bauen. In der Berliner Design-Manufaktur werden in Kooperation mit Gestalter_innen hochwertige Möbel entworfen und angefertigt – der Erlös des Verkaufs dient der Finanzierung von Lebensunterhalt und Berufsvorbereitung der beteiligten Migrant_innen. www.cucula.org

Julia Danckwerth hat es sich zur Aufgabe gemacht, Design für spezifische Bedürfnisse zu entwickeln. Ihre tragbaren Smart-Health-Systeme erkennen zum Beispiel Fehlhaltungen und machen das Leben von Demenzkranken sicherer. Aktuell erforscht Danckwerth als Doktorandin an der *Bauhaus-Universität Weimar* Möglichkeiten konzeptuellen Modedesigns und kooperiert mit der *Deutschen Alzheimer Gesellschaft* und dem *Fraunhofer-Institut*. Für ihr Projekt *spur* (vgl. S. 64) wurde sie mehrfach ausgezeichnet. www.danckwerth.com

Christiane Dellbrügge und **Ralf de Moll** arbeiten seit 1984 zusammen. Sie wurden mit dem Kunstpreis *Villa Romana* Florenz und dem *Kunstpreis Berlin*, Förderpreis Bildende Kunst ausgezeichnet. Dellbrügge & de Moll untersuchen Formen der Aneignung, entwerfen Planspiele zur Besetzung, Strategien der Umetikettierung und Umnutzung von Raum (vgl. S. 116). In Städten wie São Paulo, Moskau, München, Berlin und Oslo diskutieren sie außerdem die Rolle von Künstlern als Akteuren der Polis. www.workworkwork.de

Das **Design Incubation Centre** (DIC) wurde 2006 als Forschungslabor für die Abteilung Industrial Design an der *International University of Singapore* gegründet. Das Zentrum erforscht

und entwickelt innovative Designprodukte sowie neuartige Möglichkeiten und Praktiken des Designs im Kontext von menschlichen Bedürfnissen, neuen Technologien und sozialen Trends. Bereiche menschlicher Interaktion mit neuen Technologien, die unser tägliches Leben und soziales Verhalten beeinflussen, werden über Projekte wie *Roly Poly Wi-Fi* (S. 226) erprobt. www.designincubationcentre.com/about/the-centre

Ólafur Elíasson, dänisch-isländischer Installationskünstler, zählt zu den wichtigsten Positionen der Gegenwartskunst, durch seine künstlerischen Arbeiten mit Licht, Wasser und Naturphänomenen, aber auch durch seine interdisziplinäre Arbeitsweise und aktive Arbeit an zukunftsrelevanten Themen. In seinem 1995 gegründeten Studio in Berlin arbeitet er mit einem Team von 90 Kreativen zusammen, darunter Handwerker_innen, Architekt_innen, Archivar_innen, Köch_innen und Kunsthistoriker_innen. Das Studio gilt als innovatives Modell neuen Arbeitens (S. 172 und S. 188). www.olafureliasson.net

2013 gründeten die ehemalige Unternehmensberaterin **Patricia Eschenlohr** und der Ingenieur **Thomas Maier-Eschenlohr** mit *Landpack* (S. 30) das weltweit erste Unternehmen, das umweltfreundliche Isolierverpackungen mit den Leistungsdaten von Styropor herstellt. Das Start-up Landpack erhielt bereits zahlreiche Preise, wie den Innovationspreis für Wachsende Rohstoffe, den *Next Economy Award* oder den *Neumacher Gründerpreis* der *WirtschaftsWoche*. www.landpack.de

Als Interaktionsdesigner bei *IDEO*, ist **Lorenzo Fernandez** (S. 190) für die Gestaltung innovativer digitaler Produkte und für die Unterstützung von Unternehmen in neuen Denkprozessen verantwortlich. www.ideo.com

Fritz Frenkler (S. 16) ist in zahlreichen Gremien und Ausschüssen tätig und arbeitete international unter anderem als Geschäftsführer von *frog design* in Asien. Die Forschung an seinem Lehrstuhl für Industrial Design an der *Technischen Universität München* konzentriert sich, mit dem Universal Design als Schwerpunkt, auf die Herausforderungen einer nutzerzentrierten, ökologisch vertretbaren Massenproduktion und auf die Veränderungen der Gesellschaft aufgrund des demografischen Wandels. Zusammen mit Anette Ponholzer betreibt er das Büro *f/p design* in Deutschland und Japan. www.f-p-design.com

Das Architekturbüro **GRAFT** hat zahlreiche nationale und internationale Preise für seine durch spektakuläre Formen und innovative Materialien gekennzeichnete Bauten gewonnen und im Laufe seines Bestehens internationale Beachtung erlangt. Weltweit beschäftigt *GRAFT* rund 100 Architekt_innen und Künstler_innen. Ein wichtiges Kennzeichen für *GRAFT* ist Projektarbeit zu sozial relevanten Fragen. So ist 2009 die *Solarkiosk AG* entstanden, hinter der die *GRAFT*-Gründungspartner Lars Krückeberg (S. 100), Wolfram Putz, Thomas Willemeit und der Unternehmer Andreas Spiess stehen (vgl. S. 106). www.solarkiosk.eu

Die Publizistin und Politikwissenschaftlerin **Ulrike Guérot** (S. 180) hat sich der Idee einer ‚res publica europaea‘ verschrieben. Gemeinsam mit Robert Menasse verfasste sie 2013 ein Manifest für die Gründung einer europäischen Republik. Seit 2016 leitet Ulrike Guérot das Department für Europapolitik und Demokratieforschung an der *Donauuniversität Krems*, Österreich. Im April 2016 ist das Buch *Warum Europa eine Republik werden muss* erschienen. Sie ist Gründerin und Direktorin des *European Democracy Lab* an der *European School of Governance*, Berlin, und berät politische Entscheidungsträger im Bereich der Europapolitik. www.eusg.de/en/european-democracy-lab

Francesca Habsburg (S. 140) ist Gründerin der ersten Institution der Kunstwelt, die bei der *UN* Beobachterstatus erlangt hat. Nach einer Ausbildung am Londoner *Central Saint Martins College of Art and Design* wurde sie Kuratorin der Kunstsammlung ihres Vaters in Lugano. Ihre eigene 2002 gegründete Kunststiftung *TBA21* mit Sitz in Wien vereint Werke der Gegenwartskunst und vergibt Aufträge für Projekte jenseits traditioneller Kategorien. 2011 gründete sie die *TBA21-Akademie* (S. 138) mit dem Fokus auf Ozeanen und widmet sich der Synthese von Kunst und Wissenschaft. www.tba21.org

Der Architekt **Peter Haimmerl** erregte 2010 mit der Renovierung eines alten Bauernhauses in seinem Heimatdorf Viechtach international Aufsehen und gründete daraufhin die Initiative *Hauspaten Bayerwald*. Wie beim *Konzerthaus Blaibach* (S. 90) ist ihm die Revitalisierung vernachlässigter Gemeinden wichtig. Peter Haimmerl ist mit seinem Münchner Büro weltweit tätig, er ist Gastprofessor an der *Universität Kassel* und arbeitet eng mit seiner Frau Jutta Görlich zusammen. www.peterhaimmerl.com

Kraftvolle und ideenreiche Formen kennzeichnen die Arbeit von **Thomas Hirschhorn** (S. 130), der an der *Hochschule für Gestaltung* in Zürich studierte und in Paris lebt. Mit seiner Arbeit will er ein nicht-exklusives Publikum einbeziehen und einen ‚kritischen Körper‘ aufbauen. Sein Ziel ist es, Kunst politisch und nicht etwa politische Kunst zu machen, was auch impliziert, dass er Kunst in den öffentlichen Raum bringt. Die Haltung seines Kunstbegriffs zeigt sich an den verwendeten Alltagsmaterialien. Die Arbeit des gebürtigen Schweizer wird weltweit ausgestellt und diskutiert. www.thomashirschhorn.ch

Louis I. Kahn, US-amerikanischer Architekt, wurde nach frühen Entwürfen für Privathäuser und Siedlungen vor allem für seine imposanten öffentlichen Bauten bekannt, zu denen das *Salk Institute* in La Jolla (S. 98) gehört. Die Verknüpfung von Architektur mit ihrer Umgebung sowie der Stellenwert des Hauses als Verbindung von Gemeinschaft und Architektur beschäftigten ihn zeitlebens. Seine Entwürfe sind ebenso zeitlos wie technisch und konstruktiv radikal neu und zukunftsorientiert.

Annika Kaldoja ist Innenarchitektin und Designerin. Ihr Studium an der *Estnischen Kunstakademie* in Tallinn schloss sie 2016 mit dem Projekt *Coffee Morphoses* (S. 244) ab, das die Herstellung von biologisch abbaubarem Kunststoff aus Kaffeeresten erforscht. Sie gehört zu einer neuen Generation von Designer_innen, die sich nicht nur ästhetischer Gestaltung, sondern auch gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung verpflichtet fühlt. www.annikakaldoja.com

Amelie Klein (S. 158) ist Kuratorin am *Vitra Design Museum*. Für ihre Ausstellung *Making Africa – A Continent of Contemporary Design* wurde sie für den Kuratorenpreis des Kunstmagazins *ART* nominiert. Die gebürtige Wienerin absolvierte in New York ein Studium in Designkritik und arbeitete als Redakteurin für Design und Kreativindustrie. Sie hat zahlreiche Beiträge unter anderem in *Abitare*, *Domus Online* und *Metropolis* veröffentlicht. Zurzeit arbeitet sie an der Ausstellung *Hello, Robot. Design zwischen Mensch und Maschine*. www.design-museum.de

Der niederländische Architekt und Theoretiker **Rem Koolhaas** ist nicht nur einer der einflussreichsten Vertreter zeitgenössischer Architektur, sondern war von 2007–2010 auch Mitglied im *Rat der Weisen zur Zukunft Europas*. Auch als Mitbegründer des *Office for Metropolitan Architecture (OMA)* setzt Koolhaas sich mit der öffentlichen Wahrnehmung und der Zukunft der EU auseinander, zum Beispiel mit *EU Barcode* (S. 178). Koolhaas war Leiter der *14. Architekturbiennale Venedig* und ist Professor an der *Harvard University*. www.oma.eu

Lars Krückeberg (S. 100) hat sein Studium der Architektur an der *Technischen Universität Braunschweig* absolviert und erhielt seinen Masterdegree in Architektur am *Southern Californian Institute of Architecture SCI Arc.*, Los Angeles, USA. 1998 gründete er das Büro *GRAFT* zusammen mit Wolfram Putz und Thomas Willemeit. www.graftlab.com

Die Architekt_innen **Anne Lacaton** und **Jean-Philippe Vassal** plädieren für die Nutzung unterschätzter Potenziale in vorhandenen Baubeständen und richten sich in ihren Projekten vehement gegen den Abriss von bestehender Architektur, wie beim *Place Léon Aucoc* in Bordeaux (S. 124). Das Grundprinzip ihrer Arbeit ist die Aufwertung im Inneren, die ein neues Äußeres bestimmt. Durch diese sanfte Herangehensweise werden ganze Wohnkomplexe nicht nur effizient aufgewertet, sondern typische Verdrängungsprozesse vermieden. www.lacatonvassal.com

Van Bo Le-Mentzel, Diplom-Ingenieur und Architekt, wurde bekannt durch seine Hartz-IV-Designermöbel. Unter dem Motto ‚Konstruieren statt Konsumieren‘ befasst er sich mit Design zum Selbstkostenpreis, optimiertem Wohnraum, erschwinglichen Mietpreisen und fairen Produktionsbedingungen (S. 220). Finanziert werden die Projekte meist über Crowdfunding. Er engagiert sich unter anderem in der *Tiny House University*, einem Bildungsexperiment, das den Diskurs über gesellschaftliche Gestaltung zurück in die Straßen bringen will. www.hartzivmoebel.de

Gerhard Matzig (S. 86), Journalist, Diplom-Ingenieur und Sachbuchautor, schreibt als leitender Redakteur regelmäßig im SZ-Feuilleton über Architektur, Städtebau und kulturpolitische Themen. In seinem Buch *Einfach nur dagegen. Wie wir unseren Kindern die Zukunft verbauen* analysiert er das notorische ‚Dagegen-Sein‘ als Reaktion auf Wandel und Fortschritt. Statt Skeptizismus innovativen Technologien gegenüber empfiehlt Matzig, die Zukunft kreativ mitzugestalten. 2013 erhielt er den Literaturpreis des Verbands Deutscher Architekten- und Ingenieurvereine.

Andreas Meck, Architekt, Stadtplaner und Professor für Entwerfen und Baukonstruktion an der *Hochschule für Angewandte Wissenschaften München*. Für die Familie Matzig realisierte er ein Wohnhaus, das beispielhaft für eine innovative Lösung auf begrenztem Raum steht (S. 84). Meck erhielt zahlreiche Auszeichnungen, u. a. den *Preis für Stadtbildpflege 2016* der Landeshauptstadt München, Wettbewerb *Bauen und Sanieren in historischer Umgebung*. www.meck-architekten.de

Peter Naumann (S. 72) unterrichtet seit 2006 Industrie- und Fahrzeugdesign an der *Hochschule München*. Mit seinem Studio *naumann-design* arbeitet er seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich für internationale Kunden und wurde mit zahlreichen Designpreisen ausgezeichnet. Mit dem Fokus auf nachhaltige Fahrzeugentwicklung ist Naumann in unterschiedliche Projekte im Bereich der Elektromobilität involviert. Gemeinsam mit seinen Studenten forscht er an zukünftigen Szenarien der urbanen Mobilität und ist Verfasser zahlreicher Beiträge zu Themen des Fahrzeugdesigns. www.naumann-design.de

Das von **Kim Herforth Nielsen** gegründete dänische Architekturbüro *3XN* wurde bekannt mit seinem Entwurf für die dänische Botschaft in Berlin. Besonderes Augenmerk wird auf aufwendige Rechercheprozesse und auf die Auswirkungen der Bauten auf das Verhalten der Menschen gelegt. Der Entwurf für das *Ørestad Gymnasium* (S. 204) setzte neue Standards für Schulgebäude und wurde mehrfach ausgezeichnet. Seit 2007 entwickelt das Research und Development Department *GXN* neue, nachhaltige Materialien und Technologien. www.3xn.com

Angelika Nollert (S. 78) ist seit 2014 Leiterin der *Neuen Sammlung*, München – und damit Hüterin der größten Designsammlung weltweit. Die promovierte Kunsthistorikerin war Kuratorin am *Portikus Frankfurt*, Projektleiterin der *Documenta 11* und Direktorin am *Neuen Museum Nürnberg*. Ihre Liebe für Kunst und Design verband sie hier erstmals zu einem übergreifenden Gedanken, indem sie Objekte aus beiden Disziplinen in unmittelbarer Nachbarschaft zeigte. www.die-neue-sammlung.de

Philipp Oswald (S. 118) ist seit 2006 Professor für Architekturtheorie und Entwerfen an der *Universität Kassel*. Von 2009 bis 2014 war er Direktor der *Stiftung Bauhaus Dessau*. Oswald ist bekannt als einer, der auch vor unbequemen Fragen nicht zurückschreckt, spätestens seit er ab 2002 im Projekt *Shrinking Cities* den demografischen Wandel in ländlichen Regionen unter die Lupe nahm. Ähnlich engagiert arbeitet die von ihm 2015 initiierte Gruppe *projekt bauhaus*, in der er und andere internationale Expert_innen zu einer lebendigen Debatte über die Aktualität des Bauhauses und seiner Methoden beitragen wollen. www.oswald.de

Die **Partei der Opulenz** (S. 66) wurde 2015 an der Fakultät für Design der *Hochschule München* gegründet. Hinter dem Projekt stecken 13 Masterstudent_innen, die sich in ihren künstlerischen Arbeiten mit der neuen Rolle des Designers beziehungsweise der Designerin hinsichtlich zukünftiger gesellschaftlicher Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenverknappung und wachsende Armut auseinandersetzen. www.partei-der-opulenz.de

Florian Pfeffer (S. 44) ist Kommunikationsdesigner und arbeitet in Amsterdam und Bremen, unter anderem im Designbüro *one/one*. Von 2006 bis 2012 war er Professor an der Hochschule für Gestaltung Karlsruhe und hat darüber hinaus an Hochschulen in den Niederlanden, im Libanon und in den USA gelehrt. In seinem Buch *To Do: Die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt: Strategien, Werkzeuge, Geschäftsmodelle* bietet er neue Lösungen für die Probleme einer sich ständig wandelnden Gesellschaft. www.oneone-studio.com

Marjetica Potrč (S. 150) arbeitet als Künstlerin und Architektin in Ljubljana und Berlin. Mit ihrem interdisziplinären Ansatz realisiert sie kollaborative, partizipatorische Projekte. Im Vordergrund stehen das soziale Gefüge von Nachbarschaften und die Entwicklung der Städte im Hinblick zukünftiger, politischer und ökologischer Herausforderungen. Seit 2011 lehrt sie an der *Hochschule für bildende Künste in Hamburg*. Darüber hinaus arbeitet sie an Installationen und Zeichnungen, sogenannten architektonischen Fallstudien. www.potrc.org

Das niederländische Architekturbüro **RAAAF** (*Rietveld Architecture-Art-Affordances*) arbeitet multidisziplinär: Dabei werden Grenzen zwischen Architektur, Kunst, Forschung, Wissenschaft und gesellschaftlichen Fragen überschritten. Zusammen mit der Künstlerin Barbara Visser realisierte es die Installation *The End of Sitting* (S. 213), die beispielhaft für ihre visionären und zugleich realitätsnahen Denkmodelle ist. *RAAAF* verfolgt das Ziel, Visionen zu präsentieren. Dafür erhielt das Studio bereits zahlreiche Preise und stellte auf Biennalen in Venedig, Istanbul und Chicago aus. www.raaaf.nl

bogevischs buero wurde 1996 von den Architekten **Ritz Ritzer** und **Rainer Hofmann** gegründet. Intensive Dialoge mit den Nutzern und ein prozessuales Vorgehen zeichnen die Haltung des Münchner Büros aus. Kennzeichnend für die kooperative Haltung ist das Projekt *WagnisArt* (S. 236), das von *arge bogevischs buero architekten & stadtplaner GmbH / SHAG Schindler Hable Architekten GbR* unter der Bauleitung von *arge Schindler / Hable / Köhler Architekten GbR* und den Landschaftsarchitekten *arge bauchplan* und *auböck / kárász* für die *Baugenossenschaft Wagnis eG* realisiert wurde. www.wagnis.org

Chloé Rutzerveld eröffnete nach ihrem Studium an der *Universität für Technologie* in Eindhoven ihr *Food & Concept Design Studio*. Ihre Workshops, experimentellen Dinners und spekulativen Designversuche bewegen sich zwischen neuer Technologie, Wissenschaft und der Beziehung des Menschen zur Nahrung (vgl. S. 48). Die Entwicklung von effizienterem, nachhaltigem und gesundem Essen ist ein zentrales Anliegen ihrer Arbeit als freischaffende Designerin, Dozentin und Beraterin. www.chloerutzerveld.com

Die habilitierte Naturwissenschaftlerin **Martina Schraudner** (S. 222) leitet das Fachgebiet *Gender- und Diversity-Aspekte in Organisationen* an der *TU Berlin* sowie das *Center for Responsible Research and Innovation* bei der *Fraunhofer-Gesellschaft*. Aktuell geht Schraudner im Forschungsprojekt *Shaping Future* mit einem interdisziplinärem Team Fragen nach, die sich mit unserem zukünftigen Umgang mit Technik, Arbeit, Gesundheit und Mobilität befassen. Sie ist Mitglied in zahlreichen internationalen Gremien. www.cerri.fraunhofer.de

Judith Seng untersucht die Gestaltung von Objekten, Räumen und Prozessen in ihrem Zusammenspiel. Auch die Schule kann als Ort hinsichtlich ihrer Nutzung überdacht werden. Dazu entwickelte die Designerin an der *Universität der Künste Berlin* ein experimentelles Forschungstheater (vgl. S. 198). Seng bewegt sich stets in einem interdisziplinären Feld, ihre Arbeiten werden international gezeigt, unter anderem im *Tokyo Art Museum* und im *Carousel du Louvre*, Paris. www.judithseng.de

Der Künstler und Designer **Jerszy Seymour** (S. 38) setzt sich im spielerischen Umgang mit Industrieprodukten, Interventionen, Performances und Installationen mit der Rolle des Designs in der Gesellschaft auseinander. Seine Arbeiten drücken dabei ein sehr weit gefasstes Verständnis von Gestaltung aus. Seit 2003 veranstaltet er Workshops in Museen und Galerien, in denen oft der Amateur im Fokus steht. Seine Arbeiten werden weltweit ausgestellt, unter anderem im *Vitra Design Museum* oder im *MoMA New York*. www.jerszyseymour.com

Tania Singer ist Neurowissenschaftlerin und forscht an Themen wie Mitgefühl und Empathie. Als Direktorin der Abteilung *Soziale Neurowissenschaft* am *Max-Planck-Institut für Kognitions- und Neurowissenschaften* in Leipzig startete sie das *ReSource*-Projekt, das eine weltweit einzigartige Studie zum mentalen Training durch verschiedene Geistesschulungen ist. Diesem Projekt vorangegangen war im Sommer 2011 der Workshop *How to train compassion?* (S. 188) im Studio des Installationskünstlers Ólafur Elíasson. www.compassion-training.org

Das Künstlerkollektiv **Škart** (S. 174) wurde 1990 von Dragan Protic und Djordje Balmazovic an der Architektur-Fakultät von Belgrad gegründet. 2010 gestalteten sie den serbischen Pavillon auf der Architekturbiennale in Venedig. In ihren Projekten verbinden die Künstler Grafikdesign, Architektur, Publizistik, Poesie und Musik und nehmen damit Stellung zu politischen und sozialen Dimensionen der Gesellschaft. Ihre Arbeiten werden weltweit gezeigt, unter anderem während der *Manifesta Ljubljana* und der *Flipside* in New York. www.skart.rs

Enrique Sobejano (S. 92) hat mit Fuensanta Nieto 1985 *Nieto Sobejano Arquitectos* gegründet. Ihren Projekten liegt die Idee der Einfachheit zugrunde, wie bei der aus einem arabischen Ornament entwickelten Fassade des Zentrums für zeitgenössische Kunst in Córdoba. Die Arbeiten des Büros werden international ausgestellt, etwa im *Museum of Modern Art* in New York. Eines der aktuellen Projekte ist der Neubau des Hotels Königshofs am *Stachus* in München.

Enrique Sobejano ist Professor an der *UdK Berlin*. Er ist Gastkritiker und hält Vorträge an zahlreichen Universitäten weltweit. www.nietosobejano.com

Der finnische Architekt **Matti Suuronen** wurde mit seinen Entwürfen *Futuro* (S. 82) und *Venturo* in den 1960er-Jahren weltweit bekannt. Schlüsselement seiner Modelle war die Verwendung industrieller Fertigteile, die einfach verklebt werden konnten, sowie der Einsatz von Polyesterharz, Fieberglas und Acryl als Baumaterial. Mit seiner Firma *Casa Finlandia* entwarf er Tankstellen, Kioske, Privathäuser und öffentliche Gebäude. Seine Entwürfe sind heute weltweit in Designmuseen zu sehen, darunter Die *Neue Sammlung*, München, oder das *Centraal Museum* in Utrecht.

John Thackara (S. 238) ist Philosoph und Autor mit dem Fokus auf Instandsetzung des natürlichen Lebensraums. 2015 erschien *How To Thrive In the Next Economy*. 20 Jahre lang kuratierte er die Konferenz *Doors of Perception* in Amsterdam und Indien. Thackara war Beauftragter der *social innovation biennial - Dott 07* in England sowie der *ecological city biennial - City Eco Lab* in Frankreich. Er ist Senior Fellow am *Royal College of Art* in London und Gastprofessor an der *School of Visual Arts* in New York. Er ist Berater für soziale und ökologische Innovationen. www.thackara.com

Die Designerin **Ursula Tischner** (S. 24) hat sich der nachhaltigen Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen verschrieben: Mit ihrer 1996 gegründeten Agentur *econcept* entwickelt sie Ideen und Konzepte, die industrielle Anforderungen mit ökologischen und sozialen Zielen verbinden und so dem konsumorientierten Mainstream zuwiderlaufen. Ursula Tischner ist Mitglied verschiedener Designjürs und Gutachterin in europäischen Forschungsprogrammen. *econcept* arbeitet mit Unternehmen, NGOs, Regierungsorganisationen und Universitäten zusammen. www.econcept.org

Yiwen Tseng greift als kritische Produktdesignerin in ihren konzeptuellen Arbeiten die Gesellschaft, Ethik sowie die Umwelt betreffende Themen auf und stellt diese zur Diskussion (vgl. S. 76). Tseng nutzt eine erfundene fiktive Zukunft, mit der sie nicht nur spekuliert und Zukunftsvisionen eröffnet, sondern fest tradierte gesellschaftliche Verhaltens- und Lebensweisen radikal auf die Probe stellt und alternative Wege denkt. Tseng erhielt bereits mehrere Preise und Auszeichnungen, wie den *Red-Dot Award* in der Kategorie ‚Design Konzept‘. www.yiwentseng.com

Marije Vogelzang (S. 50) ist Eating-Designerin und leitet das Departement *Food Non Food* an der *Design Akademie* in Eindhoven. Sie setzt sich abseits des bekannten Food-Designs mit der kulturellen Dimension des Essens auseinander und thematisiert diese in Installationen und Lectures. Mit der Idee, experimentelles Essen und Designstudio zu kombinieren, eröffnete die Designerin 2004 das Restaurant *Proef* in Rotterdam und 2005 in Amsterdam. Derzeit arbeitet sie am *Dutch Institute of Food&Design*, einer internationalen Plattform. www.marijevogelzang.nl

Stefanie Wuschitz (S. 166) promovierte über feministische Hackerspaces und gründete 2009 *Mz* Baltazar's Laboratory* (S. 164) in Wien, um einen selbstbewussten und unerschrockenen Umgang mit Technologien aus weiblicher Sicht zu fördern. Als Forscherin, Wissenschaftlerin und Künstlerin setzt sie sich unter anderem mit Open-Source-Technologie und Peer Production auseinander. Seit 2016 forscht Stefanie Wuschitz als Post-Doc an der *TU Wien* in einem vom *FWF* finanzierten art-based Research-Projekt. www.mzbaltazarlaboratory.org

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- 14** → DER BLEISTIFT
© Alescha T. Birkenholz für PLATFORM, Foto: Alescha T. Birkenholz
- 22** → FAIRPHONE
© Fairphone
- 30** → LANDPACK
Landbox®
- 36** → CUCULA
CUCULA Workshop, © Sally Lazic, Foto: Sally Lazic, 2014
- 42** → WOOLLAA
www.woolla.com, one/one
- 48** → EDIBLE GROWTH
Edible Growth, © Chloé Rutzerveld
- 56** → THE MACHINE TO BE ANOTHER
The Machine to be another, © BeAnotherLab, Foto: BeAnotherLab
- 64** → SPUR
spur-Notruf-Funktion durch textilen Taster, © Julia Danckwerth, Foto: Timon Beutel
- 70** → CITY eTAXI
© naumann-design
- 76** → DIGESTIVE CAR
Cow's four stomachs, © Iza Tseng, Foto: Yi-Wen Tseng, 2015
- 82** → FUTURO
© mauritius images / Alamy
- 84** → DAS SCHMALE HAUS
© Stefan Müller-Naumann
- 88** → FOLLY FOR A FLYOVER
Folly for a Flyover, © Assemble, Foto: David Vintiner, 2011
- 90** → KONZERTHAUS BLAIBACH
Konzerthaus Blaibach – Peter Haimerl Architektur, © Edward Beierle
- 98** → SALK INSTITUTE IN LA JOLLA
© Liao Yusheng
- 106** → SOLARKIOSK
SOLARKIOSK, © SOLARKIOSK AG
- 116** → RECONSTRUCTING FUTURE
Reconstructing Future, © VG Bild-Kunst, Bonn 2017, Foto: Dellbrügge & de Moll
- 124** → PLACE LÉON AUCOC
Place Léon Aucoc, Bordeaux, © Lacaton & Vassal, 1996
- 126** → GRAMSCI MONUMENT
Gramsci Monument (School Supplies Distribution by Forest Resident Association), Thomas Hirschhorn, Forest Houses, The Bronx, New York © Dia Art Foundation, Foto: Romain Lopez, 2013
- 138** → TBA21
Allan Sekula, *Middle Passage, chapter 3, Fish Story*, © Thyssen-Bornemisza Art Contemporary Collection, Foto: The Estate of Allan Sekula, 1994
- 148** → SOWETO PROJECT
The Soweto Project, Project by Marjetica Potrč and class Design for the Living World HFBK, © Terry Kurgan, 2014
- 156** → FRESH AND FADING MEMORIES
El Anatsui, *Fresh and Fading Memories*, 2007, Aluminium and copper wire. Image courtesy October Gallery. Photo: Jean-Pierre Gabriel
- 164** → MZ* BALTAZAR'S LABORATORY
© Mz* Baltazar's Laboratory, Foto: Stefanie Wuschitz
- 172** → LITTLE SUN
Little Sun, © Little Sun, Foto: Kim Hansen
- 178** → EU BARCODE
© OMA
- 188** → HOW TO TRAIN COMPASSION?
Film stills aus *Raising Compassion* von Tomas Gislason, © Studio Olafur Eliasson, 2013
- 198** → SICHTBAR MACHEN, ZUR SPRACHE KOMMEN
© Studio Judith Seng und grund_schule der künste an der Universität der Künste Berlin, Foto: Nick Ash
- 204** → ØRESTAD GYMNASIUM
Ørestad Gymnasium, Kopenhagen, DK – 3XN Architekten, © Adam Mørk
- 212** → THE END OF SITTING
The End of Sitting, © RAAAF, Foto: Jan Kempnaers
- 220** → 100-EURO-WOHNUNG
100-Euro-Wohnung, © Tinyhouse University, Foto: Van Bo Le-Mentzel
- 226** → ROLY POLY – EMOTIVE INTERACTIVE DEVICE
© Design Incubation Centre DID SDE NUS
- 236** → WAGNISART
wagnisART, © d. riek / vidadmedia, bauchplan).(
- 244** → COFFEE MORPHOSES
Coffee Morphoses Overview, © Annika Kaldoja, Foto: Annika Kaldoja

IMPRESSUM

Die Publikation erscheint im März 2017 und nahm ihren Ausgang bei der von der PLATFORM konzipierten und realisierten Tagung VISIONEN GESTALTEN in München im Juni 2016. Die PLATFORM, ein Pilotprojekt des Referats für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, entwickelt dialogische interdisziplinäre Veranstaltungen, Ausstellungen und Publikationen und versteht sich als Ideeninkubator für neue kulturelle Arbeitsfelder an der Schnittstelle von Kunst, Design, Wissenschaft und Wirtschaft.

Herausgeberin: Elisabeth Hartung

Redaktion: Elisabeth Hartung mit Dorothea Bethke, Laura Lang, Hien Mai, Sophia Plaas, Mira Sacher und Clara Sachs

Interviews: vom Team PLATFORM Dorothea Bethke, Elisabeth Hartung, Laura Lang, Hien Mai, Sophia Plaas und Mira Sacher sowie Nicole Blacha und Louise Stölting (S. 130), Werner Bloch (S. 140), Sarah Dorkenwald (S. 108, 228, 238), Frank Kaltenbach (S. 92, 100)

Praxisbeispiele: vom Team PLATFORM Dorothea Bethke, Elisabeth Hartung, Laura Lang, Hien Mai, Sophia Plaas, Mira Sacher und Clara Sachs

Übersetzungen: Mira Sacher

Lektorat: Dorothea Bethke

Korrektorat: Ute Wiemer

Grafische Gestaltung: Schmid / Widmaier, München

Lithografie: CR Mediateam, Unterföhring

Druck: Weber Offset GmbH, München

Vertrieb: avedition GmbH, Verlag für Architektur und Design, Stuttgart

Auflage: 1.000

ISBN: 978-3-89986-263-8

© Elisabeth Hartung, Autor_innen und Fotograf_innen

PLATFOR_M

PLATFORM

Kistlerhofstr. 70, 81379 München

contact@platform-muenchen.de

Tel. 089 3249009-0

www.platform-muenchen.de

av edition GmbH

Senefelderstr. 109

70176 Stuttgart

kontakt@avedition.de

www.avedition.de

Gefördert durch das **MBQ**
Münchner Beschäftigungs-
und Qualifizierungsprogramm
 Landeshauptstadt
München
Referat für Arbeit
und Wirtschaft

www.muenchen.de/mbq

Träger: Münchner Arbeit gemeinnützige GmbH
Geschäftsführung: Gerhard Scherbaum
und Johann Stelzer
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Manuel Pretzl
Registergericht München, HRB 98967

VISIONEN GESTALTEN

Das Buch fragt nach Kompetenzen, Verantwortung und Zukunftsperspektiven der gestaltenden Disziplinen. In 29 Interviews kommen visionär denkende und konkret handelnde Expert_innen zu Wort: aus Design, Kunst und Architektur, aber auch aus Bereichen, in denen das Prinzip Gestaltung in einem übergreifenden Sinne eine zentrale Rolle spielt, wie in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Neben den Interviews vermitteln zahlreiche Beispiele aus der Praxis innovative Modelle und Methoden.

INTERVIEWS MIT:

Jutta Allmendinger - BeAnotherLab - Sabine Bendiek - Christoph Böninger - Friedrich von Borries - Kerstin Bund - Simonetta Carbonaro - Lorenzo Fernandez - Fritz Frenkler - Ulrike Guérot - Francesca Habsburg - Thomas Hirschhorn - Amelie Klein - Lars Krückeberg - Gerhard Matzig - Peter Naumann - Angelika Nollert - Philipp Oswald - Partei der Opulenz - Florian Pfeffer - Marjetica Potrč - Martina Schraudner - Jerszy Seymour - Škart - Enrique Sobejano - John Thackara - Ursula Tischner - Marije Vogelzang - Stefanie Wuschitz

PRAXISBEISPIELE VON:

Bas van Abel - Assemble - El Anatsui - BeAnotherLab - bogevischs buero - Cucula - Julia Danckwerth - Dellbrügge & de Moll - Design Incubation Centre - Ólafur Elíasson - GRAFT - Francesca Habsburg - Peter Haimerl - Thomas Hirschhorn - Louis I. Kahn - Annika Kaldoja - Rem Koolhaas - Lacaton & Vassal - Landpack GmbH - Peter Naumann - Van Bo Le-Mentzel - Andreas Meck - Florian Pfeffer - Marjetica Potrč - RAAAF - Chloé Rutzerveld - Judith Seng - Tania Singer - Matti Suuronen - Yiwen Tseng - wagnis eG - Stefanie Wuschitz - 3XN

€ 34 (D)

ISBN: 978-3-89986-263-8

