

Thema:

**Social Design Thinking –
Miteinander gestalten**

**Eine freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts im Studiengang Industrial Design
an der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Pforzheim.**

Eingereicht von Fabian Faylona am 18. Juni 2019

Matrikelnummer:

310966

Betreuer:

Dr. Robert Eikmeyer

Prof. Dr.-Ing. Ralph Schieschke

Die Arbeit im Kontext des heutigen Zeitgeists

Eine persönliche und wissenschaftlich irrelevante Einleitung

Die Produkte der Pop-Kultur waren schon immer ein guter Indikator für die gesellschaftliche Grundstimmung einer Zeit. Betrachtet man futuristische Darstellungen der 1950er Jahre, so sieht man eine strahlende Zukunft. Eine Zukunft bestehend aus Hochhäusern, mehrstöckigen Autobahnen, wenn nicht sogar fliegenden Autos oder Weltraumbahnhöfen. Eine Zukunft, die uns heute möglicherweise nicht mehr so erstrebenswert erscheint – doch zu ihrer Zeit allemal strahlend.

Betrachtet man heutzutage die Grundstimmung in den Massenmedien, so sieht die Zukunft weniger blumig aus. Die meisten futuristischen Blockbuster zeigen uns Dystopien und alles in allem sind die Menschen hinsichtlich der unvorhersehbar gewordenen Zukunft eher besorgt als euphorisch. Klimawandel, zunehmende Verstädterung, Vereinsamung des Individuums, sowie übermächtige Technologien, unantastbare Konzerne und der nimmerendende Krieg auf der Welt verunsichern die Menschen und generell scheint Einigkeit darüber zu herrschen, dass „etwas getan werden muss!“ Dass dieser Drang aktiv zu werden auch die Designwelt nicht unberührt lässt, zeigt schon die Ausstellung „Victor Papanek: The Politics of Design“, die 2018 im Vitra Design Museum startete. Im Gegenteil zeigt die Tatsache, dass das Designmuseum die Ideen des 70er Jahre Social Design Vertreters wieder aus der Mottenkiste kramt:

Die Idee des Designers¹ als Problemlöser der Gesellschaft ist aktueller denn je.

Das ist nichts Neues, dieser Konsens besteht innerhalb der Designergemeinschaft schon seit längerem. Gefühlt jedes zweite Designkonzept befasst sich heute mit dem Thema der Nachhaltigkeit, sei sie ökologisch oder sozial.

Im Kontext dieser generellen Übereinstimmung darüber, dass auch „Designer etwas tun müssen“, ist die „Beyond Change“ Konferenz der FHNW Academy of Art and Design zu verstehen, die 2018 für drei Tage in Basel tagte und dabei unter anderem diese relevante Frage stellte:

„Was wäre, wenn Design nicht die Lösung ist, sondern die Probleme mitverschuldet, die es zu lösen versucht?“² Eine wichtige Frage, die mich, den Autor dieser Arbeit, ein Industrie Design Student, der daran interessiert ist Gutes zu tun, dazu brachte innezuhalten, um sich die Frage zu stellen, wie man mit dem eigenen Handeln überhaupt Gutes tun kann, ohne zu Schaden. Da einem diese Frage jede Handlungsfähigkeit nimmt, solange sie nicht geklärt ist, blieb mir nichts anderes übrig als mich in meiner Bachelorarbeit und auch in der Zeit davor schon, mit ebendieser zu befassen.

¹ In der folgenden Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschließlich die männliche Form verwendet. Sie bezieht sich selbstverständlich auf Personen beiderlei Geschlechts, sowie auch auf alle Personen, die sich als weiblich und männlich zugleich verstehen oder sich mit keiner der genannten Geschlechtervorstellungen identifizieren.

² vgl. Sommerfeld 2018, Form Magazin Nr.276, S. 24

S	. Inhalt
4	0. Vorwort
4	1. Einleitung
5	2. Methode
6	3. Design Thinking und das Aufkommen meines Verdachts
6	4. Das Kreativitätsdispositiv und seine Ausprägungen
7	5. Die Protestbewegung der 60er Jahre als Auslöser des Kreativitätsdispositivs und die selektive Erfüllung der Forderungen
8	6. Die Ursache für die Forderungen der Protestbewegung
10	7. Ängste des Kapitalismus und dessen Auswüchse
11	8. Die Krise des Kapitalismus und der Stillstand des Design
12	9. Protestbewegung als Befreiung des Design
13	10. Aufkommen des Social Design und dessen Vertreter
14	11. Protestbewegung als Lösung des Realisationsproblems
14	12. Der gesellschaftliche Wertewandel in Folge des Protests
14	13. Aufschwung des Designs als Generaldisziplin der Kreativwirtschaft
15	14. Eingang des Design in die Managementpraxis
16	15. Design Thinking als Kristallisationspunkt dieser Entwicklung
16	16. Kritikpunkte des Design Thinking
18	17. Die Erkenntnisse zur Ursprungsproblematik
19	18. Fazit der theoretischen Untersuchung
19	19. Grundlagen eines sozialen Designerdenkens
22	Social Design Thinking Manifesto
24	Literaturverzeichnis

0. Vorwort

Im Titel dieser Arbeit spiegelt sich eine Verwirrung wieder, die mir selbst widerfahren ist und die diese Untersuchung angestoßen hat. Ausgehend von dem Glauben daran, dass die Herangehensweise von Designern dazu in der Lage ist, gesellschaftliche Probleme zu lösen, habe ich mich eingehender mit der Designmethodik beschäftigt und bin so recht schnell auf das Design Thinking gestoßen, das eben jenes verspricht: Designerdenken als universaler Lösungsansatz, der den Menschen ins Zentrum stellt. Ich habe mich daraufhin im Laufe mehrerer Praktika eingehender mit der Design Thinking Methode auseinandergesetzt, an Workshops teilgenommen, sie dokumentiert und schließlich auch konzipiert und geleitet. Nach meiner praktischen Untersuchung des kreativen Schaffens im Unternehmenskontext muss ich bemerken, dass das Design Thinking dem Denken, wie ich es aus dem Designstudium kenne, zwar ähnelt, aber ihm dennoch sehr fremd ist. Vielmehr ist es ein Manager Tool zur systematischen Umstrukturierung von Unternehmen³ und zur Erzeugung von Produkten, deren Nutzerzentriertheit einen Teil ihres Vermarktungskonzepts darstellt.

Die Ursachen dieser Verwirrung will dieser Text herausarbeiten, um darauf aufbauend zu der Frage zurückzukommen, wie man sich als Designer konstruktiv in die Gesellschaft einbringen kann.

1. Einleitung

Social Design Thinking kollidiert zwei Auffassungen des Designbegriffs, der inzwischen schon so weit verwaschen wurde, dass fast schon nicht mehr auffällt, wie weit die dahinterliegenden Intentionen eigentlich auseinanderliegen. *Social Design* zum einen ist ein Begriff, der vor allem zu Zeiten der Protestbewegung großen Zuspruch fand. Einer seiner Hauptvertreter – Victor Papanek glaubte an die Fähigkeiten des Designs als Universalansatz und forderte Designer dazu auf, Verantwortung für soziale Probleme zu übernehmen.⁴ *Design Thinking* auf der anderen Seite schmückt sich mit ähnlichen Versprechungen. Die Realität zeigt aber, dass es in erster Linie ein Werkzeug der Wirtschaft ist.

Dieser Schizophrenie der Auffassung von Design möchte ich nachgehen. Ich möchte erklären, wie die Transformation der Designauffassung vonstatten ging. Die Ursache des Wandels soll im Rahmen meiner Ausbreitung ersichtlich werden. Die initiale Frage, die es zu klären gilt, ist, in welcher Verbindung Social Design und Design Thinking zueinander stehen. Wie konnte es dazu kommen, dass ich ausgerechnet auf das Design Thinking stieß, wo es mir doch darum ging mit meinem Design Menschen zu helfen?

Die Verbindung liegt darin, dass sowohl das Social Design, als auch das Design Thinking lediglich als Kristallisationspunkte eines sehr viel größeren Transformationsprozesses zu sehen sind. Bei diesem handelt es sich um die Entstehung eines neuen Geists des Kapitalismus, ausgelöst durch die Protestbewegung der 60er, sowie die Ausprägung eines Kreativitätsdispositivs, also dem

³ Brown 2009, Klappentext

⁴ Papanek 1973, S.19

unhinterfragten Konsens darüber, dass Kreativität erstrebenswert ist und erstrebt werden sollte. Die genannten Begrifflichkeiten, sowie den Verlauf des Transformationsprozesses möchte ich im Folgenden genauer betrachten.

2. Methode

Diese Bachelorarbeit folgt einer Herangehensweise, die ich mir im Laufe meines Studiums angeeignet habe und die mich bislang auch immer sehr gut zu einem Resultat gebracht hat. Ausgehend von einer Problematik, gehe ich zunächst so vor, dass ich diese abstrahiere, um deren Ursache herauszufinden. Im Anschluss versuche ich eine Lösung für diese Kernproblematik zu entwickeln. Die Lösung ist zunächst dem Anspruch unterstellt, die Problematik für mich selbst zu lösen. Von da ausgehend konfrontiere ich meine Lösung mit der Realität, um so mehr über beide zu erfahren und lasse diese Erfahrungswerte dann erneut als Verbesserungen in meine Lösung einfließen. Von diesem Prozess der ständigen Konzeption, Verifikation oder Falsifikation erhoffe ich mir, dass meine Lösung von den komplexen und unbegreifbaren Wirklichkeitszuständen zu einer Form modelliert wird, die tatsächlich real effektiv ist.

Das Resultat dieser Arbeit ist eine Methode, die dem Zustand der Lösung nach der ersten Konzeption gleicht und somit nur einen Zwischenzustand eines niemals enden Prozesses darstellt. Meine praktische Arbeit ist als eine erste Konfrontation meiner Überlegungen mit der Realität zu verstehen. Die daraus hervorgehenden Erfahrungswerte werde ich nutzen, um meine Eingangsmethodik anzupassen. Auch ist die Methodik selbst nur als ein Handlungsvorschlag zu sehen, den jeder Anwender selbst an sich anpassen sollte.

Um den Kern der Problematik des Design Thinking zu finden, möchte ich es zunächst als ein reines Oberflächenphänomen ersichtlich machen. Davon ausgehend, will ich Schicht nach Schicht abtragen, in der Hoffnung, nicht zuletzt auf einen Hohlraum zu stoßen. Den Ursachen und den Ursachen der Ursachen folgend, werde ich den Ursprung der Problematik herausarbeiten. Daraufhin sollen alle bis dahin beschriebenen Phänomene als Konsequenz dieser Problematik dargestellt werden, so auch das Design Thinking. Mir ist klar, dass wir in einer komplexen Welt leben, in der sich Umstände gegenseitig bedingen und beeinflussen. Mit Sicherheit ist die Problematik des Design Thinking in der Realität sehr viel unschärfer als in meiner Darstellung. Meine Arbeit ist somit als ein Narrativ zu verstehen, das den Erklärungsmodellen verschiedener Bezugsquellen folgt. Da die Auswahl dieser Quellen, die ja auch nur verschiedene Perspektiven innerhalb eines großen Diskurses darstellen, aus persönlichem Interesse und mit dem Ziel der Herstellung einer argumentativen Kohärenz, erfolgt ist, hat man diese Arbeit als den Ausdruck einer subjektiven Meinung zu lesen, die sich auf anerkannte Meinungen stützt, um doch so auch selbst nur eine Meinung unter vielen zu bleiben.

3. Design Thinking und das Aufkommen eines Verdachts

Design Thinking – Als Entstehungsort dieses Begriffs wird immer wieder die Innovationsfabrik IDEO genannt.⁵ Heutzutage ist er in aller Munde. Design Thinking stellt seinen Anwendern neue, innovative Resultate in Aussicht, die exakt die Bedürfnisse der Nutzer erfüllen.⁶ Die Methodik verkauft sich als die systematisierte Denkweise eines Designers und beinhaltet, neben einem breiten Set an Kreativitätstechniken, einige Grundprinzipien aus dem Designprozess. Dazu gehören unter anderem die Forderung, sich auf eine experimentelle und unzielgerichtete Vorgehensweise einzulassen, bei der es auch dazu gehört ab und zu zu scheitern.⁷ Auch setzt man auf eine iterative Vorgehensweise von abwechselnder Konzeption und Konfrontation mit der Realität.⁸ Nicht zuletzt ist es die Empathie, die im Design Thinking besonders groß geschrieben wird, also die Fähigkeit, sich in den jeweiligen Nutzer hineinzusetzen.⁹

Diese Idee des spielerischen und experimentellen Entwickelns im interdisziplinären Team machte auch mich neugierig. Vor allem auch da es von allen Seiten an mich herangetragen wurde. Doch nach einer einjährigen Beschäftigung mit dem Thema muss ich feststellen, dass die Resultate doch meist ernüchternd sind.¹⁰ Meiner Ansicht nach liegt die Stärke des Designers darin, dass er Probleme untersucht und abstrahiert, um auf die dahinterliegenden Ursachen zu schließen, für die er dann eine Lösung entwickeln kann. In dem Design Thinking, das ich erlebt habe, spielt die Problemanalyse eine nicht unerhebliche Rolle,¹¹ jedoch wurde gefühlt stets eine Stufe zu wenig abstrahiert. Lösungen wie: „Ressourcen durch die Senkung des Konsums schonen“ oder „Bedürfnisbefriedigung durch Senkung der eigenen Ansprüche“ kamen nie auf den Tisch. Vom Vorschlag der „Auflösung des Unternehmens aus der Erkenntnis über die Schädlichkeit der eigenen Produkte heraus“ gar nicht zu sprechen. So stellte sich mir die Frage, ob ich einfach nur Pech hatte oder ob dem Design Thinking nicht ganz grundlegende Mängel innewohnen.

Um sie zu beantworten, muss man verstehen, dass Design Thinking lediglich ein Oberflächenphänomen eines zurzeit herrschenden Zustands darstellt, den Andreas Reckwitz als *Kreativitätsdispositiv* beschreibt.¹²

4. Das Kreativitätsdispositiv und seine Ausprägungen

Dieses Kreativitätsdispositiv ist so zu beschreiben, dass wir heute in einer Welt leben, in der wir nicht nur kreativ sein dürfen, sondern in der es sogar von uns erwartet wird. Wer heutzutage nicht

⁵ vgl. Seitz 2017, S.11

⁶ vgl. Brown 2009, S.299 f.

⁷ a.a.O., S.230

⁸ a.a.O., S.16

⁹ a.a.O., S.49

¹⁰ drei Monate bei einem jungen Start-Up, das Innovations-Workshops anbietet, drei Monate im Kreativbereich eines Technologiekonzerns und im Anschluss eine halbjährige Werkstudententätigkeit bei letzterem

¹¹ vgl. Brown 2009, S.236 f.

¹² Reckwitz 2013, S.51

kreativ sein will, der wird verwunderte Blicke ernten.¹³ Man gibt sich individuell und mit Geschmack, gestaltet seine Wohnung und sein äußeres nach den eigenen Vorstellungen. Dies drückt sich auch in unserem Anspruch an die eigene Arbeit aus.¹⁴ Der Beruf soll ein Ausdruck der eigenen Persönlichkeit sein. Man hat flexible Arbeitszeiten und verschiebbare Raumaufteilungen. Man zielt, aus dem Eigenanspruch „Outside of the Box“ zu denken heraus, darauf ab, seinen Teil zu etwas wirklich innovativem beizutragen und hat sich das im Idealfall sogar selber ausgedacht. Das Mantra der Arbeitswelt ist das zu tun, was einen glücklich macht. Das Kreativitätsdispositiv drückt sich kurz gesagt, unter anderem, dadurch aus, dass man aus dem Drang heraus, sich ständig selbst zu erneuern, ständig neues fordert und dass diese Forderung auch von den Produzenten neuer Dinge erfüllt wird, für die man letztenendes auch selber arbeitet und so seinen Teil dazu beiträgt neues zu schaffen.¹⁵

In einer Welt, in der das Kreativitätsdispositiv herrscht, ist die Wirtschaft eine „Creative Economy“, innerhalb derer die Klasse der Kreativen eine Vorbildfunktion einnimmt.¹⁶ Das Design Thinking ist also vor diesem Gesellschaftszustand zu betrachten, in den es eingebettet ist, aus dem es hervorgekommen ist und der sich in ihm widerspiegelt. Um dem Wesen des Design Thinking weiter nachzuspüren sollte man also zunächst einmal verstehen, wie das Kreativitätsdispositiv selbst entstanden ist.

5. Die Protestbewegung der 60er Jahre als Auslöser des Kreativitätsdispositivs und die selektive Erfüllung der Forderungen

Wer mehr über die Herkunft einer Sache erfahren will, der muss in der Vergangenheit danach suchen. Die Abwesenheit des Gesuchten kann dabei ebenso aufschlussreich sein, wie die Anwesenheit und so macht es Sinn nach dem Zustand der An- und Abwesenheit, nach der Geburtsstunde zu suchen.

Im Fall des Kreativitätsdispositivs weisen verschiedene Quellen darauf hin, dass es die Protestbewegung der 60er Jahre ist, welche als Auslöser für dessen Ausprägung gesehen werden kann.¹⁷ Zu dieser Zeit herrschte eine allgemeine Aufbruchstimmung. Vor allem die jungen Generationen waren es,¹⁸ die gegen die Ungleichheit auf der Welt, gegen unterdrückerische Strukturen und für mehr Freiheit zur individuellen Selbstentfaltung, sowie für Kreativität und Frieden laut wurden.¹⁹

In dieser Zeit also wurde der Wunsch nach der Freiheit des Individuums und der Drang zur Selbstverwirklichung laut. Dieser wurde nicht von der Protestbewegung erfunden, drückte sich aber

¹³ Reckwitz 2013, S.9 f.

¹⁴ a.a.O., S.12

¹⁵ a.a.O., S.38 ff.

¹⁶ a.a.O., S.144 f.

¹⁷ a.a.O., S.165 ; vgl. auch Boltanski/Chiapello 2006, S.213

¹⁸ Reckwitz 2013, S.165

¹⁹ a.a.O., S.13 f.

in ihr aus.²⁰ Wie ich später genauer erläutern werde, kam als Antwort auf diese Forderungen das heutige Kreativitätsdispositiv zustande. Eine Antwort auf die Frage nach einer, dem Design Thinking innewohnenden, korrumpierenden Kraft, ist damit allerdings noch nicht beantwortet. Denn sehen wir uns heute um, so scheinen die Forderungen nach Individualität und Selbstentfaltung ja erfüllt.²¹

Nichtsdestotrotz leben wir nach wie vor in einer Welt, in der die Ungleichverteilung des Vermögens immer noch existiert und wächst²² und in der gleichzeitig die Gewerkschaften zunehmend an Kraft²³ und Mitgliedern verlieren.²⁴

Es scheint also aus einem Netzwerk globaler und untereinander solidarischer Protestbewegungen, eine Gesellschaft individualistischer Einzelkämpfer geworden zu sein. Das ist interessant, da die Forderungen nach Solidarität²⁵ und sozialem Zusammenhalt als Kräfte gegen ein unterdrückerisches System, durchaus auch Teil der Protestbewegung waren.²⁶

Die Frage warum letztere Forderungen nicht erfüllt wurden, ist für die Entwicklung eines sozialorientierten Designansatzes von großer Relevanz. Insbesondere, wenn man bedenkt, dass Victor Papaneks Social Design Ansatz ja großen Zuspruch von Seiten der protestierenden Studenten erhielt.²⁷ Um die Antwort darauf zu verstehen, ist es allerdings zunächst einmal wichtig, die Ursachen für das Aufkommen der Protestbewegung und die Hintergründe ihrer Forderungen zu untersuchen.

6. Die Ursache für die Forderungen der Protestbewegung

Die Forderungen der Protestbewegung sind dahingehend zu unterscheiden, dass hier unter der Bezeichnung *Protestbewegung*, die *68er-Bewegung* und die *Hippie-Bewegung* zusammengefasst werden. Man muss sich allerdings darüber im Klaren sein, dass bereits diese beiden Beschreibungen nichts weiter als Kategorisierungen darstellen. Tatsächlich bestand die Protestbewegung aus einer Vielzahl von Bewegungen und Gruppierungen, die sich auch in ihren Forderungen, sowie in ihrer Art sie auszudrücken, stark unterschieden. Die genaue Differenzierung zwischen diesen Gruppen und ihren spezifischen Forderungen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen und ist vermutlich nicht einmal möglich.

²⁰ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.80 ff.

²¹ vgl. Reckwitz 2013, S.9

²² vgl. Wold Inequality Report 2018, S.198

²³ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.213 f.

²⁴ vgl. Creutzburg 2017, Frankfurter Allgemeine Zeitung 29.04.2017 „Weniger als jeder Fünfte ist Gewerkschafter“

²⁵ vgl. hierzu den Videobeitrag „Gab es internationale Solidarität bei den 68ern?“ des Projekts „Kurzer Sommer, lange Wirkung - eine virtuelle Gesprächsrunde“ von Stephan Trinius 2008, veröffentlicht durch das Bundesamt für politische Bildung,

²⁶ sowie den Videobeitrag „Was wollten die 68er?“; ebenfalls Teil des zuletzt genannten Projekts.

²⁷ vgl. Clarke 2018, S.36 im Katalog der Ausstellung des Vitra Design Museums „Victor Papanek: The Politics of Design“

Für die weitere Argumentation ist eine solch feingliedrige Unterscheidung auch nicht nötig, da der gesellschaftliche Wandel, der beschrieben werden wird, in erster Linie durch einen internationalen Grundtenor zum Anstoß gebracht wurde.²⁸

Nach Boltanski und Chiapello kann man diesen in zwei Hauptstoßrichtungen der Kritik einteilen:

- a) **Künstlerkritik:**²⁹ Das Bewusstsein für das Schöne und Große geht durch die zunehmende Standardisierung verloren. Die Welt wird entzaubert und es findet ein Authentizitätsverlust hinsichtlich der Dinge, der Menschen und der Gefühle statt. All das resultiert in Sinnverlust. Darüber hinaus fühlen sich die Kritiker durch die unterdrückerischen Strukturen in ihrer Freiheit, Autonomie und Kreativität beschränkt.
- b) **Sozialkritik:**³⁰ Die Armut der Arbeiter, sowie die Ungleichverteilung des Vermögens wird beklagt. Darüber hinaus fördern die bestehenden Strukturen Egoismus und Opportunismus. Es belohnt die, die nur an sich selbst interessiert sind und zermürbt so die Gesellschaft.

Das Lautwerden dieser Kritikpunkte ist im Hinblick auf den Zeitgeist der 60er Jahre nicht weiter verwunderlich. Das Trauma des Zweiten Weltkriegs war noch in den Köpfen. So herrschte in der westlichen Welt die allgemeine Angst vor einem Neuerstarken autoritärer Strukturen. Zum anderen war der Kalte Krieg in vollem Gange und die Menschen konnten miterleben, wie riesige Mengen an Geldern ins Wettrüsten flossen, während das Bewusstsein über die globale Ungleichverteilung im Zuge der Dekolonisierung wuchs.

Vor diesem Hintergrund ist auch die Beliebtheit des von Richard Buckminster Fuller verfassten Buchs „Operating Manual for Spaceship Earth“ zu verstehen. Es plädierte für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen, sowie für ein solidarisches globales Miteinander, ausgehend von der Feststellung, dass alle Menschen im selben Boot, im selben „Spaceship Earth“ sitzen.³¹ Fullers geodätische Kuppel wurde zum Sinnbild für die Utopie eines ökologischen, auf die Kommune gestützten Lebensstils.³²

An dieser Stelle gilt es innehalten, bevor sich diese Ausschweifung zu weit im höchstkomplexen Zeitgeist der 60er Jahre verliert. Um den Transformationsprozess zu verstehen, der im heutigen Kreativitätsdispositiv mündet, ist ein nuanciertes Verständnis dieser Zeit nicht notwendig, da es eine verflachte und eindimensionale Form des Zeitgeistes ist, der schließlich in den allgemeinen Gesellschaftswandel resultierte.

Man kann hier bereits vorausgreifend sagen, dass sich im Zuge dieses Wandels, die Sozialkritik in der Bedeutungslosigkeit verlor, während die Künstlerkritik als Transformationsagent vom Prozess der Umstrukturierung endogenisiert d. h. verinnerlicht und absorbiert wurde. Im Folgenden

²⁸ vgl. Seitz 2017, S.111 f.

²⁹ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.80 ff.

³⁰ ebd.

³¹ vgl. Fuller 2010, S.119 f.

³² vgl. Alison J. Clarkes Beitrag zum Katalog der Ausstellung „Hippie Modernism: The Struggle for Utopia“ mit dem Titel „Buckminster Fuller’s Reindeer Abattoir and Other Designs for the real World“

werden einige Grundcharakteristika des Kapitalismus erläutert, die sich in ebenjenen unterdrückerischen Strukturen widerspiegeln. Vor diesem Hintergrund wird die Einverleibung der Künstlerkritik, bei gleichzeitiger Entkräftung der Sozialkritik nachvollziehbar.

7. Ängste des Kapitalismus und dessen Auswüchse

Um die Entstehung des Kreativitätsdispositivs von hier ausgehend verstehen zu können, gilt es zunächst einige Eigenheiten zu erläutern, die sich im Wesen des Kapitalismus selbst begründen und die durch seine grundlegende Funktionsweise zu erklären sind.

Kapital, also nach Marx ein Geldwert, der investiert wird, um eine höhere Summe zurückzuerhalten,³³ hat nämlich den intrinsischen Drang zur Akkumulation.³⁴ Dieser Drang, den ich im folgenden *Akkumulationsprinzip* nennen möchte, ist im *Realisationsproblem* der Ware begründet, mit dem der Kapitalist stets zu kämpfen hat. Investiert er in etwas, wovon er sich erhofft es für einen höheren Geldwert wieder zu verkaufen, so hat er stets das Risiko, dass er das von ihm Gekaufte nicht mehr verkauft bekommt. Schließlich gibt es noch andere Kapitalisten, die möglicherweise dasselbe anbieten. Aus dieser Existenzangst des Kapitalisten, hinterher ohne übriges Kapital mit etwas dazusitzen, dass er nicht brauchen kann, neigt er dazu, möglichst viel Kapital zu akkumulieren.³⁵ Der Grund dafür ist ein zweiter Aspekt des Akkumulationsprinzips, der darin liegt, dass sich mit einem größeren Kapital, ebendieses auch leichter vergrößern lässt.³⁶ Dieser Grundmechanismus ist letztenendes ein Grund für den Drang von Unternehmen zur Monopolisierung und leistet seinen nicht unerheblichen Beitrag zur globalen Ungleichverteilung. Kapitalismuskritiker merken darum an, dass der Kapitalismus den Menschen zur Gier und Selbstsüchtigkeit verführt, was sich auch in der Sozialkritik der Protestbewegung abschlägt.³⁷

Neben dem Realisationsproblem ist es das *Motivationsproblem*, das dem Kapitalisten Probleme macht. Dieses begründet sich ebenfalls im Akkumulationsprinzip und hat mit dem Verhältnis zu tun, in dem er zu seinen Arbeitern steht. Dadurch, dass diesen nur ein geringes bzw. gar kein Kapital zur Verfügung steht, sind sie darauf angewiesen, ihr Geld durch Erwerbsarbeit zu verdienen. Sie verkaufen dem Kapitalisten sowohl ihre Zeit, als auch ihre Arbeitskraft, haben keine Besitzansprüche auf das Ergebnis ihrer Arbeit und werden stattdessen mit einem Lohn abgespeist, der durch sie erzeugten Werterhöhung der produzierten Ware nicht entspricht.³⁸ Gewissermaßen wird ein Teil seiner Zeit und Arbeitskraft verkapitalisiert und kommt dem Kapitalisten als Mehrwert zugute, wie Marx in seiner „Kritik der politischen Ökonomie“ darstellt.³⁹ Für den Arbeiter ist dieses Verhältnis nicht besonders attraktiv, gleichzeitig ist er gewissermaßen dazu gezwungen es einzugehen, da er sich sein Leben finanzieren muss. Daraus ergibt sich das Motivationsproblem,

³³ vgl. Löw 1989, S. 136

³⁴ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.39 f.

³⁵ ebd.

³⁶ a.a.O., S.42 f. ; vgl. auch Löw 1989, S.158

³⁷ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.80

³⁸ a.a.O., S.42

³⁹ vgl. Löw 1989, S.142 f.

denn Lohn bewegt den Arbeiter zwar zur Anwesenheit am Arbeitsplatz, doch zu einem enthusiastischen Arbeiten spornt dieser ihn nicht an.⁴⁰ Da der Arbeiter von seiner Arbeit entfremdet ist,⁴¹ kann er keine Sinnhaftigkeit in seinem Handeln sehen. Im Fordismus wurde versucht diese Problematik durch eine Verlängerung der Arbeitszeit zu erreichen und dies durch eine Erhöhung des Lohns aufzuwiegen. Im Taylorismus wurde dies erreicht, indem der Arbeiter so eng in die maschinellen Prozesse eingebunden wurde, dass er keine Wahl hatte, als mit deren Geschwindigkeit schritt zu halten. Würde er die Arbeit pausieren, affektiert das die gesamte Produktionslinie, somit ist er auch einem sozialen Leistungsdruck durch die übrigen Arbeiter ausgesetzt. Im Taylorismus wurden die der Herstellungsprozess einer Ware außerdem in so kleine Arbeitsschritte heruntergebrochen, dass die Arbeit endgültig monoton und repetitiv wurde. Ein Zustand, in dem dem Arbeiter keine Möglichkeit gelassen wird, Erfüllung in seinem Handeln zu finden.⁴²

Ein letztes Problem, das dem absoluten Kapitalismus im Wege steht, ähnelt dem Motivationsproblem, betrifft allerdings auch den Kapitalisten selbst. Es ist das *Legitimationsproblem*. Denn selbst ein Kapitalist muss eine Sinnhaftigkeit in seinem Schaffen sehen.⁴³ Luc Boltanski und Eve Chiapello stellen fest, dass der Kapitalismus stets etwas benötigt, das außerhalb der Ökonomie bereits als legitim anerkannt ist, damit er sich darauf stützen kann.⁴⁴ Diese Ideologie, der sowohl die starken als die schwachen des Kapitalismus folgen, nennt Max Weber den „Geist des Kapitalismus“ und beschreibt ihn im Rahmen des asketischen Protestantismus.⁴⁵ Diesem zufolge ist das erfolgreiche Wirtschaften ein Zeichen dafür, dass Gott einem wohlgesinnt ist. Ein System übrigens in dem auch erfolgreiche Unternehmer sich nicht in Dekadenz ergaben, sondern, dem Gebot der Nächstenliebe folgend, ihr Geld nutzten, um den Armen zu helfen.⁴⁶

Alle bis hierhin genannten Aspekte des Kapitalismus, namentlich das *Realisationsproblem*, das *Motivationsproblem* und das *Legitimationsproblem*, werden im folgenden relevant sein. Anhand dieser Mechanismen lässt sich sowohl das Aufkommen der Protestbewegung, als auch die Entwicklung des Social Design, bis hin zur Ausprägung des Kreativitätsdispositivs und des darin inbegriffenen Design Thinking verstehen.

8. Die Krise des Kapitalismus und der Stillstand des Design

Der Kapitalismus vor der Zeit der Protestbewegung steckte in einer Krise. Es herrschte das Motivationsproblem unter den Arbeitern, sowie ein zunehmendes Legitimationsproblem.⁴⁷ Man versuchte, die frisch erkämpfte Freizeit der Arbeiter auszunutzen, um ihnen Waren zu verkaufen, die sie nicht brauchten. Gleichzeitig herrschte nach wie vor der Glaube an die christliche

⁴⁰ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.42 f.

⁴¹ a.a.O., S.216

⁴² vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.236

⁴³ a.a.O., S.42; vgl. auch Seitz 2017, S.120

⁴⁴ a.a.O., S.65

⁴⁵ a.a.O., S.44 f.

⁴⁶ vgl. Parsons 2019, S.80 ff.

⁴⁷ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.44

Enthaltbarkeit.⁴⁸ Zudem machte die steigende Unzufriedenheit über die autoritären und hierarchischen Strukturen im Unternehmen die Aufrechterhaltung der Produktqualität in der tayloristischen Organisation immer Kostenaufwendiger für die Fabrikbetreiber.⁴⁹

Die Hochkonjunktur nach dem Zweiten Weltkrieg begann abzuflachen.⁵⁰ Außerdem herrschte eine standardisierte Produktkultur d. h. spezialisierte Fabriken stellten eine Art von Produkt her. Das Problem mit dieser Produktionsweise ist die schnelle Sättigung des Marktes.⁵¹ Ein Produkt, das sich nicht verbraucht und nicht veraltet, kann man nur solange verkaufen, bis alle es haben, die es wollen – das Realisationsproblem.⁵²

Das Bauhaus⁵³ und die HfG Ulm trugen ihren Teil dazu bei. Der Glaube daran, dass es für jedes Design-Problem die ideale Lösung gäbe, führte zu „zeitlosen“ Produkten. Somit wurde auch dem Industrie Design, das eben noch vom ornamentalen Art Deco herkam, der Wind aus den Segeln genommen.⁵⁴

Der Bezug zum Design ist an dieser Stelle nicht als Einwurf, sondern als relevanter Aspekt zu betrachten. Er wird bei der Ausbildung des Kreativitätsdispositivs eine bedeutende Rolle spielen.

9. Protestbewegung als Befreiung des Design

Die eben genannten Umstände führten unter anderem dazu, dass sich vor allem die Jugend nicht mehr mit den Werten und Angeboten des Kapitalismus identifizieren konnte. Die standardisierten Produkte führten zu einer Uniformierung der Konsumenten,⁵⁵ sie sahen alle gleich aus, trugen dieselben Kleider und wohnten in gleich eingerichteten Wohnungen. Dagegen rebellierte die Protestbewegung. Als Reaktion darauf fand die *Do-it-yourself*-Kultur starken Zulauf.⁵⁶ Shirts werden selbst gebatikt, Kleider selbst genäht, Möbel selbst gebaut.

Dies löst auch die Starre, in die das Industrie Design verfallen war. *Anti-Design* und *Radical Design* provozieren und geben den Startschuss für das Neuerblumen einer vielfältigen und grenzenlosen Produktkultur.⁵⁷ Dies erlaubte es dem Design, auch über seine Nischenexistenz des Produktdesign hinaus zu wirken. Es wurden nicht mehr nur Produkte, sondern Produktanordnungen, Raumatmosphären und schließlich ganze Systeme designt.⁵⁸

⁴⁸ a.a.O., S.69

⁴⁹ vgl. Seitz 2017, S.111 f.; vgl. auch Boltanski/Chiapello 2006 S.222 ff.

⁵⁰ vgl. Haug 2017, S.68

⁵¹ vgl. Reckwitz 2013, S.143

⁵² a.a.O., S.37 ff. + S.64

⁵³ vgl. Reckwitz 2013, S.190

⁵⁴ a.a.O., S.177 ff.

⁵⁵ vgl. Seitz 2017, S.107

⁵⁶ vgl. Sebastian Hackenschmidt „DIY-Möbel - Designstrategien zwischen alternativen Lebensstilen und Warenästhetik“ im Buch „Selber machen - Diskurse und Praktiken des 'Do it yourself'“ 2017, S.273 f.

⁵⁷ vgl. Reckwitz 2013, S.179

⁵⁸ a.a.O., S.180 f.

10. Aufkommen des Social Designs und dessen Vertreter

In diesem Zusammenhang sind Richard Buckminster Fuller und Victor Papanek zu nennen. Fuller fand vor allem für seinen Ansatz, die Welt als ein ganzes System zu betrachten großen Zuspruch.⁵⁹ Papanek wurde zum Hauptvertreter des Social Design. Durch sein Buch „Design for the real World“⁶⁰ erlangte er viele Anhänger. Ihm zufolge seien Designer in der Verantwortung, Lösungen für die sozialen Probleme der Welt zu finden. Sie sollten für Minderheiten und für Benachteiligte gestalten, statt unnütze Produkte mit gestalterischen Kaufargumenten zu versehen. Er propagiert die Arbeit im interdisziplinären Design-Team und nennt dies die einzig sinnvolle Arbeit in einer zunehmend automatisierten Welt.⁶¹ In seinen Augen sind alle Menschen Gestalter:⁶²

„Design is basic to all human activities. The planning and patterning of any act towards a desired, foreseeable end constitutes a design process. Any attempt to separate design, to make it a thing-by-itself, works counter to the inherent value of design as the primary, underlying matrix of life.“⁶³

Mit dieser Einstellung trägt Papanek zur Etablierung eines neuartigen „*Integrated design*“⁶⁴ bei, das über den Horizont der manifesten Objekte hinausblickt, um sich mit der Gestaltung gesamtheitlicher Systeme zu befassen. Er erklärt zudem die sozialdarwinistische Auffassung, es gäbe nicht genug für alle auf der Erde, als überholt.⁶⁵ „*But the fact of matter is that today there is more than enough to go around for everyone if only it is properly planned, distributed, and consumed.“⁶⁶*

Nicht zuletzt klagt er an, dass die industrielle Formgebung nach wie vor im Dienst des kapitalistischen Profitsystems steht und dieses zum Teil sogar anführt.⁶⁷ Die Design-Jobs, die von der Industrie geboten und von vielen Studenten begehrt werden, sind ihm zufolge, weit davon entfernt dem öffentlichen Interesse zu dienen.⁶⁸

Papanek findet großes Gehör und Zustimmung von Seiten der Protestbewegung. Auch seine charismatische Art bringt ihm viele Zuhörer und so trägt er dazu bei, dass Design allgemein als politisches Werkzeug und universeller Lösungsansatz anerkannt wird.⁶⁹

⁵⁹ vgl. Fuller 2010, S.45

⁶⁰ Papanek 1973

⁶¹ vgl. Papanek 1973, S.321 f.

⁶² a.a.O., S.23

⁶³ Papanek 1973, S.320

⁶⁴ ebd.

⁶⁵ vgl. Papanek 1973, S.329

⁶⁶ Papanek 1973, S.329

⁶⁷ vgl. Papanek 1973, S.331

⁶⁸ a.a.O., S.333

⁶⁹ vgl. Kries/Klein/Clake 2018 „Victor Papanek. The Politics of Design“, S.36 f.

11. Protestbewegung als Lösung des Realisationsproblems

Das Aufkommen der Protestbewegung und deren Forderungen nach persönlicher Freiheit und individueller Selbstentfaltung waren wie der Befreiungsschlag des öden, alten, standardisierten und bürokratischen Kapitalismus. Auf einmal konnte er die Konsumenten als Menschen mit Geschmack ansprechen.⁷⁰ Diese neue Form der Nachfrage ermöglichte es, das gleiche Produkt in verschiedenen Farben und Formen zu verkaufen, da sich die Konsumenten von nun an durch ihre Produktwahl identifizierten. Die Produktion ständig wechselnder Güter ersetzte so die standardisierte Massenproduktion.⁷¹

Die Werbung half dabei, mehr und mehr Menschen dazu aufzufordern einen Geschmack bei der Wahl ihrer Produkte zu entwickeln. Wolfgang Fritz Haug bringt dazu ein Beispiel aus der Textilbranche auf: Die Umsätze im Bereich der Herrenkonfektion litten 1967 schwer unter den Folgen der schwächelnden Wirtschaft. Als Reaktion darauf wurde eine massive Werbeaktion in Gang geleitet, die zum Ziel hatte, die bis dahin sachlich und unauffällig gekleideten Männer zum Kauf neuer Anzüge zu bewegen. Die Kampagne brachte offensiv die bis dahin etablierten grauen Anzüge in Verruf und stellte diese in Assoziation mit Müdigkeit, Feigheit und Unattraktivität. Das Tragen von alten Anzügen aus der vergangenen Saison sollte zum Sinnbild eines schwachen Charakters werden. Dieser manipulativen Mobilmachung schloss sich auch gleich die Schuhindustrie an, deren Werbung skandizierte, dass zu jedem neuen Anzug auch neue Schuhe gehörten.⁷²

Als Resultat dieser Entwicklung wurde eine größere Produktvielfalt gefordert und dabei gleichzeitig die Produktvergreisung beschleunigt, was dem Eintreten einer Marktsättigung entgegenwirkte und somit zur Lösung des Realisationsproblems beitrug.⁷³

12. Der gesellschaftliche Wertewandel in Folge des Protests

Alle diese Faktoren trugen dazu bei, dass die ästhetischen Werte einer Ware in den Augen der Konsumenten eine zunehmend große Bedeutung bekamen. Es wurde ein allgemeiner Wertewandel in der Gesellschaft angestoßen. Die Jugendlichkeit wird zur allgemein erstrebenswerten Charaktereigenschaft, da diese die Ablehnung des Alten impliziert.⁷⁴ Das Neue wird zum Begehrenswerten und es entwickelt sich die Auffassung, dass das Neue gut ist weil es neu ist.⁷⁵

⁷⁰ vgl. Reckwitz 2013, S.180

⁷¹ a.a.O., S.138

⁷² vgl. Haug 2017, S.69 f.

⁷³ a.a.O., S.66

⁷⁴ a.a.O., S.70

⁷⁵ vgl. Reckwitz 2013, S.44 ff.

13. Aufschwung des Designs als Generaldisziplin der Kreativwirtschaft

Ab den 80er Jahren begann die Industrie zunehmend ästhetische Werte und Emotionen, anstelle von Gebrauchswerten zu schaffen. Dies ist als die endgültige Lösung des Realisationsproblems zu sehen. Denn wenn die gekauften Waren nur noch als die Träger von Emotion und Lebensgefühl gekauft werden,⁷⁶ dann kann keine Sättigung mehr stattfinden, da man von Emotionen nicht gesättigt werden kann. Im schlimmsten/besten Fall erhöht sich die Reizschwelle, was nur in erhöhtem Konsum resultiert.⁷⁷

Darüber hinaus wird das ästhetische Bedürfnis des Menschen von der Arbeitswelt anerkannt. Die Arbeitsumgebungen werden zunehmend als Wohlfühlatmosphären gestaltet. So sollen sich die Organisationsmitglieder besser mit ihrem Arbeitsplatz identifizieren können und daraus eine verstärkte Motivation erlangen.⁷⁸

Insofern löst Design sowohl das Realisations- als auch das Motivationsproblem des Kapitalismus, indem es ihn in einen *ästhetischen Kapitalismus*⁷⁹ verwandelt. Es wird die exemplarische Praxis zur intelligenten Gestaltung von attraktiven, affektiv befriedigenden Atmosphären und verzahnt sich immer weiter mit dem Management.

Zu diesem Zeitpunkt hat sich der Designbegriff, vollständig aus der Sphäre des Social Design befreit, sofern er sich diese je damit geteilt hat. Diese Form des Designs orientiert sich zwar weiterhin an den Bedürfnissen des Menschen. Es tut dies aber aus dem Grund heraus, ihm sowohl die Arbeit im kapitalistischen Unternehmen, als auch den Konsum der davon produzierten Waren schmackhaft zu machen.⁸⁰

14. Eingang des Design in die Managementpraxis

Spätestens mit der Etablierung der Designökonomie als Managementtechnik, hat sich die hier besprochene Design-Auffassung vollständig von seinen Wurzeln im Radical- und Socialdesign abgetrennt. Anstatt soziale Probleme zu lösen, löst es im Unternehmenskontext die Probleme des bürokratischen Kapitalismus. Zudem bringt es die Künstlerkritik nach mehr Kreativität und Selbstentfaltung zum Schweigen, indem es die Erfüllung der Forderungen im Kapitalismus anbietet. Darüber hinaus nimmt es der Sozialkritik ihre ideologische Grundlage und lässt sie in der Konfusion eines sich neu verkleidenden Kapitalismus untergehen.⁸¹

Die Managementschule hatte sich parallel zur Entfaltung von Werbung, Mode und Design, ebenfalls gewandelt. Man ging nun davon aus, dass jeder Mitarbeiter den Drang nach individuellem Selbstwachstum habe und diesem auch folgen würde, sofern man ihm die Möglichkeit dazu gibt.⁸²

⁷⁶ vgl. Haug 2017, S.78 f.

⁷⁷ a.a.O., S.86 ff.

⁷⁸ vgl. Reckwitz 2013, S.183

⁷⁹ a.a.O., S.11

⁸⁰ a.a.O., S.187

⁸¹ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.380

⁸² vgl. Reckwitz 2013, S.184

Die Praxis der Designökonomie passt sich als ideale Ergänzung in diesen Wandel der Unternehmensführung ein. Sie modelliert Arbeit zu ästhetischer Arbeit und löst somit das Motivationsproblem der bürokratischen Organisation.⁸³

Der Manager tritt in einem solchen Unternehmen als „Design-Manager“ auf. Er beobachtet gesellschaftliche Entwicklungen und das Angebot an Emotionen und Bedeutungswerten, um darin Lücken zu finden. Gelingt ihm das, so kann er die Füllung dieser Lücke durch ein passgenaues Produkt anstoßen und diese so marktwirtschaftlich ausbeuten.⁸⁴

So entsteht eine Unternehmensstruktur, die den Arbeitern als ein kulturelles Gebilde entgegentritt, innerhalb dessen sich das Individuum frei entfalten kann.⁸⁵ Man arbeitet flexibel, mobil, im Team an neuen, emotionalen, innovativen Lösungen. Das ist das, was Boltanski und Chiapello den „Neuen Geist des Kapitalismus“ nennen. Es ist ein neuer Antrieb, eine neue Motivation entstanden, sich für den Kapitalismus einzusetzen.⁸⁶

Gleichzeitig ist hiermit auch die vollständige Ausbildung des Kreativitätsdispositivs erreicht. Denn das ästhetisch kapitalistische Unternehmen kann nur an der ständigen Produktion innovativer Produkte arbeiten, solange diese von den Konsumenten auch gefordert werden. Da sich nun aber alle einig sind, dass das Neue, der Neuheit halber begehrenswert ist, kann das Unternehmen auch unnachlässig neues Produzieren.⁸⁷ Dass es sich hier oft nur um Scheinneuheiten⁸⁸ handelt, macht vor W. F. Haugs Feststellung Sinn: „*Schein wird für den Vollzug des Kaufakts so wichtig – und faktisch wichtiger – als Sein.*“⁸⁹ Ebenso verhält es sich mit der Scheinkreativität des Konsumenten, der sich selbst lediglich durch die Auswahl fertiger Produkte neu erfindet.⁹⁰

15. Design Thinking als Kristallisationspunkt dieser Entwicklung

Dieser Zustand der Gesellschaft spiegelt sich nahezu modellhaft im Aufkommen der Design Thinking Methodik wieder. Die Forderungen nach Kreativität und Selbstentfaltung sind im Rahmen des kapitalistischen Gefüges erfüllt.⁹¹ Man bewegt sich, man arbeitet im Team, man spielt Spiele, man bastelt, man schauspielert, geht der eigenen Neugierde nach. Insofern ist es als der derzeitige Höhepunkt des Späßes bei der Arbeit im Unternehmen zu sehen. Darüber hinaus löst es auch entgültig das Legitimationsproblem, indem es den Akteuren glaubhaft vermittelt, sie handelten durch den *Human Centered* Ansatz im Sinne der Gemeinschaft.⁹² Somit kann man Design Thinking als eine der ausgeprägtesten Formen des neuen Geistes des Kapitalismus sehen.

⁸³ a.a.O., S.191

⁸⁴ a.a.O., S.188

⁸⁵ a.a.O., S.185

⁸⁶ vgl. Boltanski/Chiapello 2006, S.43

⁸⁷ vgl. Reckwitz 2013, S.40 f.

⁸⁸ a.a.O., S.45

⁸⁹ Haug 2017, S.29

⁹⁰ vgl. Reckwitz 2013, S.143

⁹¹ vgl. Seitz 2017, S.113

⁹² a.a.O., S.105

16. Kritikpunkte des Design Thinking

Design Thinking scheint auf den ersten Blick wie eine vielversprechende Lösung. Vielleicht liegt das daran, dass sie viel verspricht. Leider ist sie nicht in der Lage, ihre Versprechen zu halten, wie Tim Seitz in seinem Buch „Design Thinking und der neue Geist des Kapitalismus“⁹³ herausgearbeitet hat.

Da es innerhalb des Rahmenwerks eines Unternehmens stattfindet, herrscht sowohl Zeitdruck, der als leistungsfördernd verkauft wird, wie auch ein Druck Ergebnisse zu entwickeln, die dem Unternehmen nützen.⁹⁴ Denn die Freistellung von der Arbeitszeit ist eine Form von Vertrauensvorschuss, der mit der Erwartung einhergeht, diesen nicht zu missbrauchen oder zu enttäuschen. Dies führt dazu, dass die Sinnhaftigkeit der Konzepte nicht oder nur unzureichend hinterfragt werden oder diskutiert werden kann.⁹⁵ Die korrekte Ausführung der Methode steht vor der Qualität der Resultate, was sich auch im Mantra „*Go for Quantity!*“ ausdrückt.⁹⁶

Der Anspruch der Nutzerzentriertheit dient in erster Linie der Rechtfertigung der Akteure gegenüber sich selbst.⁹⁷ Zudem ist er als Verkaufsargument gegenüber dem Kunden zu sehen, denn ein nutzerzentriertes Produkt verspricht einen Wettbewerbsvorteil, sowie Einsparungen beim Marketing, da es sich selbst verkauft.⁹⁸

Die Feldforschungen und Nutzerbefragungen haben keinerlei Grundlage aus der Statistik oder der Soziologie. Die Auswertung erfolgt rein dem Ermessen der Akteure entsprechend.⁹⁹ Zudem werden die realen Nutzer zu Personas vereinfacht, die diese dann ersetzen. Sie stellen eine Manifestation all jeder Aspekte dar, die die Akteure als durch ihre Produkte bedienbar erachten. Außerdem stellt sie eine Projektionsfläche all jener Vorstellungen dar, die die Akteure von dem Nutzer haben.¹⁰⁰

Darüber hinaus bleibt stets ein Verhältnis von „wir“ und „die“ bestehen. Die Nutzer nehmen selber nicht am Design Thinking Prozess teil. Sie werden als reine Rezipienten des Produkts gesehen.¹⁰¹

Das Mantra der Empathie verkörpert die überhebliche Ansicht, man wüsste, was in einem anderen Menschen vorgeht, sogar wenn dieser aus einem vollkommen anderen sozialen Umfeld stammt, wenn nicht sogar aus einer anderen Kultur. Die Akteure gehen davon aus, dass sie es besser wüssten, als die Nutzer selbst. Es ist eine Form des Paternalismus.¹⁰²

Mehr als eine Methode zur Entwicklung effektiver und menschenzentrierter Lösungen, ist Design Thinking die Verkörperung der Arbeitskultur innerhalb des neuen Geistes des

⁹³ Seitz 2017

⁹⁴ vgl. Seitz 2017, S.45

⁹⁵ vgl. Seitz 2017, S.124

⁹⁶ a.a.O., S.113 f.

⁹⁷ a.a.O., S.125

⁹⁸ a.a.O., S.109

⁹⁹ a.a.O., S.53

¹⁰⁰ a.a.O., S.67

¹⁰¹ ebd.

¹⁰² a.a.O., S.53 f.

Kapitalismus.¹⁰³ Die Arbeiter setzen sich dabei freiwillig unter Zeit- und Leistungsdruck. Die Arbeitsabläufe sind teilweise mit denen des Taylorismus vergleichbar.¹⁰⁴ Dabei gleicht der Design Thinking Prozess einer in Kleinstschritte unterteilten systematisierten und standardisierten Denkbewegung des Designers. Diese formen zusammen mit der Methodik eine erfolgsversprechende Maschine, in die die Akteure als Ausführende der Kreativität eingesetzt werden. Sie sind darauf angewiesen mit der Geschwindigkeit der Maschine schrittzuhalten, aus Zeitdruck, aber auch durch den sozialen Leistungsdruck, der unter den Akteuren aufgebaut wird. Innerhalb der Kleinstarbeitsschritte haben sie keine Möglichkeit, eine Denkweise einzubringen, die die Methodik hinterfragt. Nur die Thematik darf mit Klebezetteln bearbeitet werden.¹⁰⁵

Die Rolle des autoritären Vorgesetzten wird durch die Methodik ersetzt, die einen dazu motiviert die eigenen Grenzen auszureizen und die gleichzeitig die Verantwortung für die Ergebnisse übernimmt. Sie fordert die Teilnehmer dazu auf, die Verantwortung innerhalb des Freiraumes aufzugeben, der durch den Workshop geschaffen wird.¹⁰⁶

17. Die Erkenntnisse zur Ursprungsproblematik

Design Thinking ist nicht in der Lage, echte soziale Probleme zu lösen, da sie ihm, seiner Natur entsprechend, nur ausbeutbare Marktlücken sind. Dies liegt, daran, dass es in die Wirtschaft und die dahinterliegenden kapitalistischen Strukturen eingebettet ist. Diese Strukturen fördern ihrem Wesen nach die Ungleichverteilung auf der Welt und stärken das egoistische Verhalten. Sie sehen in allem, auch dem Schönsten und Heiligsten eine Ware, die zu Kapital umgesetzt werden kann. Der Human Centered Anspruch des Design Thinking kann schon allein deshalb nicht erfüllt werden, weil der Mensch dem Kapitalismus nur ein Mittel zum Zweck ist.¹⁰⁷

In der Behauptung des eigenen Empathievermögens versteckt sich die patriarchische Ansicht, man wüsste, was im Kopf des Gegenübers vorgeht und was diesen bewegt. Empathie ist nichts als ein Vorurteil. Sie hat ihre Existenzberechtigung, kann aber niemals einen echten Dialog ersetzen. Auch nach einem solchen Dialog wird ein Maß an Unverständnis übrig bleiben. Der Vorwurf des patriarchischen Handelns wurde auch schon Victor Papanek und seinen Designs für die Dritte Welt vorgeworfen.¹⁰⁸ Er reflektiert darüber in der zweiten Auflage von „Design for the real World“. Nun begeht das Design Thinking dieselben Fehler schon wieder.

Im Laufe der Erläuterungen bis hierhin, wurde herausgearbeitet, dass die Design Thinking Methodik nicht mehr als eine Oberflächenerscheinung eines Wandels ist, den der Geist des Kapitalismus vollzogen hat. Es ist repräsentativ für eine neue Arbeitskultur, in der die Arbeiter nicht mehr ausgebeutet werden, sondern in der sie sich selbst ausbeuten. Darüber hinaus wurden die Forderungen der Protestbewegung nur zum Schein und auch nicht vollständig erfüllt. Was uns der

¹⁰³ a.a.O., S.124

¹⁰⁴ a.a.O., S.120 f.

¹⁰⁵ ebd.

¹⁰⁶ vgl. Seitz 2017, S.118 f.

¹⁰⁷ vgl. Haug 2017, S.74

¹⁰⁸ vgl. Kries/Klein/Clake 2018 „Victor Papanek. The Politics of Design“, S.17

ästhetische Kapitalismus bietet, ist Kreativität, Individualität und Selbstentfaltung im Rahmenwerk von Arbeit und Konsum. Dadurch konnte er die Forderungen zum Schweigen bringen und der Protestbewegung den Wind aus den Segeln nehmen. Außerdem hat der Kapitalismus lediglich deren Künstlerkritik erhört, nicht aber deren Sozialkritik. Diese wurde unter den Tisch fallen gelassen und erst jetzt wieder als Scheinlegitimation erfüllt um das Handeln im Sinne des Kapitalismus mit einem Handeln für die Gemeinschaft gleichzusetzen.

18. Fazit der theoretischen Untersuchung

Hiermit ist nun auch die initiale Frage dieser Untersuchung geklärt. Die Werte, für die der moderne Gutmensch einsteht, sind dieselben, mit denen sich auch das Design Thinking schmückt. Das ist kein Zufall, sondern das Resultat einer zunehmenden gesamtgesellschaftlichen Etablierung dieser Werte in Folge der Forderungen der 60er Jahre Protestbewegung. In diesen Werten und Forderungen spiegelt sich eine Kapitalismuskritik wieder, die seit fast zwei Jahrhunderten dieselbe ist. Der Grund für die eingangs formulierte Verwirrung ist die Endogenisierung dieser Kritik durch den Kapitalismus selbst d. h. die Forderungen sind im Kapitalismus erfüllt, wenn auch leider nur zum Teil und zum Schein.

Die Kritikpunkte des Design Thinking sind symptomatisch für eine neue Kultur, die momentan noch in den Kinderschuhen steckt und die sich voraussichtlich noch weiter etablieren wird. Es ist eine Kultur in der sich die Arbeiter selbstausbeuten um innovative Lösungen für zurechtinterpretierte Probleme zu vermarktbareren Produkten umzusetzen. In der der Glaube herrscht, dass jedes Problem, das auf der Welt herrscht, durch den Konsum des richtigen Produkts gelöst werden kann und in der Fortschritt und Wachstum nach wie vor als die ultimative Lösung gegen alles gelten. Das moderne Individuum identifiziert sich durch seine Arbeit, misst seinen Selbstwert daran und vernachlässigt bereitwillig Wochenende und Feierabend. Alle jene Errungenschaften, welche von den Gewerkschaften im Zuge der 68er Proteste erkämpft wurden, werden so wieder zunichtegemacht, während ebenjene Gewerkschaften zunehmend an Kraft verlieren.

Um es kurz auszudrücken: Wir leben in einer Welt in der sich der Mensch durch die Arbeit und durch den Konsum identifiziert und selbstverwirklicht. Das befeuert weiterhin einen Kapitalismus, der seit jeher die Ungleichverteilung auf der Welt vorantreibt, während die Freiheiten und Sicherheiten des Arbeiters zunehmend abnehmen.

19. Grundlagen eines sozialen Designerdenkens

Diese Umstände sind im folgenden *Social Design Thinking Manifesto* pathetisch aufgegriffen, zusammengefasst und zu Handlungsempfehlungen übersetzt, die der Design Thinking Methodik radikal gegenüberstehen. Das Resultat ist ganz bewusst keine klare „Schritt-für-Schritt“ Methodik. Das Manifest bleibt abstrakt und fordert somit zur Entwicklung einer eigenverantwortlichen Denkbewegung auf, die der Abgabe von der Verantwortung im Design Thinking diametral entgegengesetzt ist.

Die zentrale Forderung des Manifests ist die nach einer *Emanzipation im Sozialen*. Darunter versteht sich eine Lösung des Problems der kreativen Klasse: Sie strebt nach Selbstverwirklichung und Lebenssinn durch die Entwicklung von Produkten im Dienst der Gesellschaft. Dafür arbeitet sie überdurchschnittlich viel, für schlechte Bezahlung und hat darüber hinaus kaum noch Kapazität für ihr soziales Umfeld oder soziales Engagement.

Die Emanzipation im Sozialen löst diesen Knoten. Indem man sich von den Konsumzwängen befreit, befreit man sich auch vom Zwang der Arbeit. Dies kann erreicht werden, indem man auf das Potenzial zurückgreift, das im eigenen sozialen Umfeld vorliegt, um die eigenen Bedürfnisse zu stillen. Man nimmt, was das eigene Lebensumfeld ohnehin zu geben hat. Sei es Essen, das weggeworfen wird, Materialien die nicht mehr gebraucht werden, Werkzeug das man leihen kann oder leerstehende Räumlichkeiten. Investiert man ein wenig in die Mobilisierung dieses Potenzials für sich selbst, so entsteht durch die Befreiung von der 30-40 Stunden Woche ein riesiger Freiraum. Diesen kann man dann nutzen, um den eigenen Interessen nachzugehen. Sich selbst zu verwirklichen, seinen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten und so dem Leben einen tieferen Sinn abzugewinnen.¹⁰⁹

Aus der Emanzipation im Sozialen resultiert auch der Anspruch, sich als Designer direkt für das soziale Gefüge einzusetzen, in das man selbst eingebettet ist, also in sein lokales Lebensumfeld. Es ist eine Dynamik des Nehmens und Gebens. Der Designer sichert seine Existenz durch die Hilfe seiner Mitmenschen. Dafür nutzt er den gewonnenen Freiraum, um ihnen zu helfen, ihr eigenes Vorstellungsbild nach außen zu tragen. Hier spiegelt sich auch die Ablehnung der im Design Thinking vorherrschenden Überheblichkeit des „Gestaltens für Fremde“ ab. Jeder Mensch hat in seinem Leben andere Erfahrungen gemacht. So sieht auch jeder die Welt anders und hat andere Ansprüche an sie. Das gilt für Menschen aus anderen Kulturkreisen, aber auch für Menschen innerhalb einer lokalen Gemeinschaft. Man kann nur mehr über die Vorstellungen des Gegenübers erfahren, wenn dieser einem die Welt aus seiner Perspektive erklärt und zeigt. Nur im Dialog kann ein gegenseitiges Verständnis entstehen. Eine Vorstellung lässt sich am besten erklären und besprechen, wenn sie erlebbar ist. So kann man komplexe Weltbilder und -wünsche der Realität näher bringen indem man repräsentative Dinge, Räume oder Situationen aus dieser Wunschwelt zu realen Manifestationen umsetzt. Ein FKK-Strand kann beispielsweise ein Raum und eine Situation sein, an dem Aspekte von Geschlechtergleichheit erlebbar werden. So sollte der Designer die Mitglieder seines Lebensumfelds dazu anregen, ihre Vorstellungsbilder in erlebbarer Art und Weise nach außen zu tragen und sie dabei unterstützen. So kann eine starke Gemeinschaft zwischen Mitmenschen entstehen. Denn eine Gemeinschaft bedingt ein gegenseitiges Verständnis und das kann nur entstehen, wenn jeder seine Perspektive zum Ausdruck bringt.

Die unmittelbare Verwirklichung des jeweiligen Vorstellungsbildes, als Eingriff in das geteilte Lebensumfeld, provoziert den Dialog mit den Menschen des lokalen Umfelds. In diesem Dialog wird direkt geklärt, ob sie sich mit diesem Vorstellungsbild identifizieren können. Falls nicht regt es sie dazu an, einen Gegenentwurf zu liefern. Gleichzeitig ist es ein weiterer Akt der Emanzipation des Individuums durch Bereitschaft zum zwischenmenschlichen Austausch. Man geht nicht

¹⁰⁹ Joseph Beuys im Interview mit Hermann Schreiber 1980, 42. Min.

pauschal davon aus, dass der eigene Entwurf unerwünscht ist, sondern lebt ihn zunächst aus. Kommt es zur Kollision mit den Vorstellungen der Mitmenschen, so kann man sich mit diesen arrangieren. Standards, Regeln und Normen ziehen zum Teil Grenzen, wo keine sind. Sie ersetzen die Kommunikation und ermöglichen ein reibungsloses Nebeneinanderexistieren. Durch einen regen Austausch mit der Gemeinschaft können die normativen Scheingrenzen überwunden werden. Durch die Bereitschaft zum Dialog kann der Freiraum jedes Individuums maximiert werden. Voraussetzung dafür ist die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Denken und Handeln, sowie der Mut zum bürgerlichen Ungehorsam. Das Resultat ist die Befreiung des Individuums in der Gemeinschaft, die Synthese von Künstler und Sozialkritik – Die Emanzipation im Sozialen.

Die Gemeinde erlangt ihre Stärke durch die Kommunikationsbereitschaft ihrer Mitglieder und bietet diesen im Gegenzug Sinn, Sicherheit, Freiheit für Individualität, Kreativität und Selbstentfaltung. Sie ist das Ziel meines Social Design Thinking Ansatzes. Dieser ist insofern sozial, als dass er das Zwischenmenschliche ins Zentrum aller Handlungen rückt und in ihm die Lösung aller Probleme sieht.

Die Social Design Thinking Methode besteht demnach darin, sich als Designer für den unmittelbaren handlungsbasierten Dialog innerhalb des sozialen Gefüges einzusetzen, in das er auch selbst eingebettet ist. Die geteilten Lebensverhältnisse sollen die befriedigendste Form annehmen, indem jedes der darin lebenden Individuen sie nach seinen Vorstellungen verändert und so in einen unmittelbaren Austausch mit seinen Mitmenschen tritt.

Der Designer sollte diesen Prozess in Anstoß bringen, indem er einen Raum schafft, der seine Mitmenschen dazu anregt, über ihre Vorstellung der Lebensverhältnisse nachzudenken. Darüber hinaus sollte er sie dazu anregen, diese Vorstellungen erlebbar zu machen. Er sollte sie dabei unterstützen, den Dialog der Menschen untereinander fördern und ihnen helfen, sich mit einander zu arrangieren. Er sollte eigenverantwortliches Denken und Handeln vorleben, sein eigenes Vorstellungsbild erlebbar machen und seine Mitmenschen so dazu anregen, es ihm gleich zu tun.

Der praktische Teil dieser Bachelorarbeit ist als ein Experiment zu sehen, in dem diese Handlungsempfehlungen auf die Probe gestellt werden.

Social Design Thinking Manifesto

Es muss sich etwas ändern! Die Forderungen nach Menschlichkeit, die schon vor 60 Jahren laut wurden, sind noch immer nicht erfüllt. Es sind die Forderungen nach grenzenloser Kreativität, nach Freiheit zur Selbstentfaltung und nach einem sinnerfüllten Leben. Es sind Forderungen entgegen dem kapitalistischen System, welches die Reichen reicher und die Armen ärmer macht. Welches diejenigen belohnt, die nur an sich selber denken, eine Kultur der Ausbeutung fördert und die Gesellschaft zermürbt.

Die Forderungen wurden nicht erfüllt, sondern von ebenjenem Kapitalismus verinnerlicht und instrumentalisiert. Ein neuer Geist des Kapitalismus ist entstanden. Ein Geist der die Menschen aufs Neue zur Teilnahme am Kapitalismus antreibt.

**Er bietet Kreativität bei Arbeit und Konsum.
Er bietet Selbstverwirklichung durch Arbeit und Konsum.
Er bietet Lebenssinn in Arbeit und Konsum.**

So bringt der neue Geist des Kapitalismus die Kritiker zum Schweigen. Er gibt den Anschein, ihre Forderungen seien erfüllt.

So bringt er die Arbeiter dazu, den Sinn ihres Lebens in der Arbeit zu finden und sich in dieser selbstzuverwirklichen.

Allen voraus die Mitglieder der kreativen Klasse, die mit ihrem Arbeitseifer eine Vorbildfunktion im heutigen Kapitalismus einnehmen. Im Feuer ihrer Selbstverwirklichung vergessen sie den Feierabend, das Wochenende und alles, was die Gewerkschaften hart erkämpft haben. Chronisch unterbezahlt arbeiten sie an Feiertagen und Krankheitstagen. Was sie antreibt, ist der Glaube daran, dass sich jedes Problem der Menschheit durch ein Produkt oder eine Dienstleistung lösen lässt. Die Arbeit ist für sie nicht nur Selbstentfaltung, sondern auch ein Dienst an der Gesellschaft. Unter dem Mantra von Empathie und Nutzerzentriertheit suchen sie nach Problemen in den Leben anderer Menschen und konzipieren Waren, die diese dann kaufen sollen.

Sie erdenken Produkte, von denen die Nutzer selbst nicht wussten, dass sie sie brauchen. Es werden Bedürfnisse erfunden und Abhängigkeit geschaffen. Abhängigkeit von konsumierbaren Waren. Abhängigkeit vom Konsum und Abhängigkeit von Erwerbsarbeit.

So feuert die kreative Klasse unnachgiebig einen Kapitalismus an, der nach wie vor die Ungleichverteilung auf der Welt vorantreibt, während er immer effektiver die begrenzten Ressourcen verbraucht, die der Menschheit zur Verfügung stehen.

Die kreative Klasse will im Grunde helfen und beutet sich dabei bloß selber aus. Paradoxerweise bleibt ihnen so auch noch weniger Zeit sich den Menschen zu widmen, die ihnen selbst nahe stehen.

Die Selbstverwirklichung in der Arbeit für die Gesellschaft bekommt Priorität und wird über die Freundschaft, die Familie und die Beziehung gestellt. Damit muss Schluss sein!

Ich fordere die Emanzipation im Sozialen:

Die Synthese von Individualismus und Gemeinschaftsdenken.

Mehr Freiheit durch die Ablehnung von Konsumzwängen.

Mehr Freiheit durch Hilfe aus der Gemeinschaft.

So entsteht ein soziales Potenzial von 30 Stunden pro Woche.

Mehr Zeit und Energie für die Unterstützung der eigenen Mitmenschen.

Mehr Zeit und Energie für die Stärkung der Gemeinschaft.

Der Designer ist in den Dienst seiner Mitmenschen gestellt.

Seine Stärke liegt in der Fähigkeit, Ideen verständlich zu machen.

Somit hat der Designer zwei Aufgaben in der Gesellschaft:

- 1. Die Schaffung von Räumen, die zur Reflexion anregen und die den Austausch der Menschen untereinander fördern.**
- 2. Die Unterstützung der Mitmenschen bei der Kommunikation ihrer jeweiligen Vorstellung der geteilten Lebensverhältnisse.**

Nur durch ein gegenseitiges Verständnis kann Gemeinschaft entstehen.

Die starke Gemeinschaft ist die mächtigste Waffe gegen Unterdrückung.

Es ist an der Zeit alle Anstrengungen unmittelbar daraufhin zu lenken!

Literatur:

Selbstständig

Brown, Tim

Change by design:

how design thinking transforms organizations and inspires innovation

Harper Collins Publishers, New York 2009

Boltanski, Luc/ Chiapello, Eve

Der neue Geist des Kapitalismus

aus dem Französischen von Michael Tillmann

UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2006

Debord, Guy

Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der Internationalen Situationistischen Tendenz und anderer Schriften

Ed. Nautilus, Schulenburg 1980

Fuller, Richard Buckminster

*Bedienungsanleitung für das Raumschiff Erde
und andere Schriften*

aus dem Englischen übersetzt von Joachim Krausse

Philo Fine Arts, Hamburg 2010

Haug, Wolfgang Fritz

Kritik der Warenästhetik

Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus

Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. M. 2017

Herbert, Anne/ Pavel, Margaret Paloma

Random Kindness & Senseless Acts of Beauty

New Village Press, New York 2014

Hundertwasser Regentag Dunkelbunt, Friedensreich

Verschimmelungsmanifest gegen den Rationalismus in der Architektur

Schrift der Galerie Renate Boukes, Wiesbaden 1958

Jorn, Asger

Plädoyer für die Form

Entwurf einer Methodologie der Kunst

Klaus Boer Verlag, Grafrath 1990

Langreiter, Nikola/ Löffler, Klara
Selber Machen
Diskurse und Praktiken des „Do it yourself“
Transcript Verlag, Bielefeld 2017

Le-Mentzel, Van Bo
Hartz IV Möbel.com
Build More, Buy Less
Konstruieren statt konsumieren
Hatje Cantz Verlag, Ostfildern 2012

Löw, Konrad
Die Lehre des Karl Marx
Herausgegeben vom Institut der deutschen Wirtschaft
Deutscher Instituts-Verlag GmbH, Köln 1989

Papanek, Victor
Design for the real World
Human Ecology and Social Change
Bantam Books, Inc., New York 1973

Parson, Talcott
Kapitalismus bei Max Weber
Zur Rekonstruktion eines Fast vergessenen Themas
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden 2019 [e-book]

Reckwitz, Andreas
Die Erfindung der Kreativität
Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung
Suhrkamp Verlag, Berlin 2013

Seitz, Tim
Design Thinking und der neue Geist des Kapitalismus
Soziologische Betrachtungen einer Innovationskultur
Transcript Verlag, Bielefeld 2017

Wohlfahrt, Günter
Zhuangzi
Auswahl
Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart 2003

Unselbstständig

Blauvelt, Andrew/ Castillo, Greg [Hrsg.]

Hippie Modernism

The Struggle for Utopia

Walker Art Centre, U.S. 2016

Groener, Fernando/ Kandler, Rose-Maria [Hrsg.]

7000 Eichen

Joseph Beuys

Verlag der Buchhandlung Walther König 1987

Kries, Mateo/ Klein, Amelie/ Clarke, Alison J. [Hrsg.]

Victor Papanek

The Politics of Design

Vitra Design Museum 2018

Sommerfeld, Julia

Beyond Change

Form Magazin Nr.276 März/April 2018

Online

World Inequality Report 2018

Alvero, Facundo/ Chancel, Lucas/ Piketty, Thomas/ Saez, Emmanuel/ Zucman, Gabriel

<https://wir2018.wid.world/>

Aufgerufen am 14.06.2019

Joseph Beuys im Interview mit Hermann Schreiber 1980

<https://youtu.be/XZTZW-k-TB8>

Aufgerufen am 13.06.2019

Weniger als jeder fünfte ist Gewerkschafter

Creutzburg, Dietrich für die Frankfurter Allgemeine Zeitung 2017

<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/f-a-z-exklusiv-so-steht-es-um-die-deutschen-gewerkschaften-14992463.html>

Aufgerufen am 14.06.2019

„Was wollten die 68er?“ Stephan Trinius 2008

<http://www.bpb.de/mediathek/190166/was-wollten-die-68er>

Aufgerufen am 13.06.2019

„Gab es internationale Solidarität bei den 68ern?“ Stephan Trinius 2008

<http://www.bpb.de/mediathek/190169/gab-es-internationale-solidaritaet-bei-den-68ern>

Aufgerufen am 13.06.2019

Danksagung

Ich möchte mich bei meinen Betreuern Robert Eikmeyer und Ralph Schieschke bedanken, die mich bei meinen Untersuchungen unterstützt haben und deren Fragen und Kritik mir halfen, ein schärferes Bild der Thematik zu entwickeln.

Bedanken will ich mich darüber hinaus bei all den Vordenkern, deren Ideen und Konzepte mich zur Entwicklung eines eigenen Standpunkts befähigten. Zu nennen sind das Kollektiv Assemble, das mit seinem Projekt *Granby Workshop* vorbildhaft zeigt, wie man als Designer Menschen dabei unterstützen kann, ihre Vorstellungen von besseren Lebensverhältnissen greifbar zu machen.

Ebenso Van Bo Le-Mentzel, dessen Ideen mich dazu inspirierten, mir durch einen besitzreduzierten Lebensstil einen größeren Freiraum zu schaffen. Das Konzept, sich den Stadtraum zum eigenen Wohnzimmer zu machen und ihn als Lebensraum, statt als Durchgangsstraße zu verstehen, spielt eine wichtige Rolle bei der Umsetzung meines praktischen Experiments. So auch die Idee, sich verstärkt in das soziale Gefüge einzubetten, um Kraft daraus zu ziehen. Das Mantra *Konstruieren statt Konsumieren* habe ich mir zu Herzen genommen.¹¹⁰ Wer konstruiert, d.h. selber baut, der kann eine Wertschätzung für die Objekte und Materialien wiedererlangen, die uns in Zeiten von Massenproduktion und billigen Fertigprodukten verloren gegangen ist. Diese Wertschätzung ist in meinen Augen ein wichtiger Schritt hin zum verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen. Für mein Projekt habe ich Le-Mentzels Ansatz weitergedacht und beim Konstruieren ausschließlich auf Abfallmaterialien zurückgegriffen, da für mich die Beschaffung von Materialien aus dem Baumarkt auch eine Form des Konsums und Ressourcenverbrauchs darstellt. Gerade all der Abfall ist es doch, der von den Menschen aufs neue gewertschätzt werden sollte.

Nicht zu vergessen ist das von Le-Mentzel entworfene Tiny House *Wohnmaschine*, das mir als eine hervorragende Plattform für die Durchführung meiner praktischen Arbeit diente. Die Konzepte, die sich in der 15 Quadratmeter Version des ikonischen Gropius-Gebäudes reflektieren, waren mir ein Aufhänger und Ausgangspunkt, um mit einer Vielzahl und Vielfalt von Leuten ins Gespräch zu kommen. So muss ich hier auch dem Staatlichen Bauhaus danken und das nicht nur weil es in diesem Jahr 2019 glücklicherweise sein 100-Jähriges Jubiläum feiert und somit den initialen Anstoß des Projekts *Wohnmaschine* darstellt. Vielmehr gilt es generell den Eindruck anzuerkennen, den es bis heute auf das allgemeine Verständnis von Design hinterlassen hat. Die Bauhaus-Philosophie, das innere Wesen der Dinge nach außen zu tragen, es nicht zu kaschieren, sondern es ersichtlich zu machen und dabei seine Schönheit zu zeigen, prägte mein Selbstverständnis als Designer nachhaltig. Meine praktische Arbeit legt daher weniger Wert auf die Schönheit der manifesten Oberfläche, sondern sucht das Schöne vielmehr in der Absicht, der Ausführung und der Auswirkung des Gestaltungsprozesses.

Zu erwähnen ist hier auch Asger Jorn, dessen Idee des *Imaginistischen Bauhauses* mein Verständnis der Bauhaus-Philosophie schärfte, deren Forderungen nach der Emanzipation der Kunst, im heutigen Diskurs kaum noch eine Rolle spielen, da sie von den funktionalistischen Forderungen überstrahlt werden.¹¹¹

Es gilt auch Guy Debord zu danken, als wichtiger Vertreter der *Situationistischen Internationale*, an deren Gründung Jorn ebenfalls beteiligt war. Deren Techniken zur Auflösung der Kunst im alltäglichen Leben, haben mein eigenes Schaffen bedeutend beeinflusst.¹¹² Das Wahrnehmen von

¹¹⁰ vgl. Le-Mentzel 2012

¹¹¹ vgl. Jorn 1990, S.33 ff.

¹¹² Die Situationisten plädierten für die Befreiung der Kunst aus der Nischenexistenz in den Museen und Gallerien. Sie suchten die Kunst im alltäglichen Lebenskontext. Dazu schweiften die, vorallem in Paris ansässigen Mitglieder der Bewegung, durch die Stadt und untersuchten die Stadträume auf ihre emotionale, affektive Sättigung, um sie bei Bedarf umzugestalten. vgl. Debord 1980

Situationen wurde mir ein wichtiges Werkzeug zur Analyse meines Lebensraums, ebenso wie das von den Situationisten propagierte ziellose Umherschweifen (*dérive*), das mich zur Durchführung von Stadtpaziergängen inspirierte, mit Hilfe derer ich im Zuge meines Projekts, meinen eigenen Lebensraums untersuchte. Die imaginäre Landkarte, auf der ich die Erkenntnisse meiner Untersuchung festhielt, ist an die *Psychogeographien* angelehnt, mit Hilfe derer die Situationisten den urbanen Raum analysierten. Die situationistischen Techniken halfen mir dabei, ein besseres Verständnis für mein eigenes Lebensumfeld zu erlangen und dessen Potenziale und Defizite festzustellen.

Ich möchte Friedensreich Hundertwasser danken, mit dessen *Verschimmelungsmanifest gegen den Rationalismus in der Architektur*¹¹³ ich in jedem Punkt konform bin und das mir das Gefühl gibt, mit meinen Ansichten nicht alleine dazustehen. Der Rationalismus in der Architektur und wie ich finde auch im Design, unterdrückt die kreative Selbstentfaltung des Individuums. Der Stadtraum ist von Sicherheitsvernarrtheit geprägt und von bürokratischen Strukturen geschützt, die jeden Wunsch nach Veränderung in einem langatmigen Prozess ersticken. Unter diesen Umständen verkommt die Fähigkeit des Bürgers, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen. Darum plädiere ich in meiner praktischen Arbeit für die unmittelbare und eigenverantwortliche Veränderung des Lebensraums und für die Rückgewinnung individueller Freiheit durch bürgerlichen Ungehorsam.

Nicht zuletzt gilt mein Dank Joseph Beuys, dessen Konzept der *sozialen Plastik* womöglich den tief greifendsten Einfluss auf meine Arbeit hatte. Das Kunstwerk *7000 Eichen*, das er für die Documenta Kassel entstehen lies¹¹⁴, inspirierte mich dazu, ebenfalls eine soziale Dynamik in Anstoß zu bringen, bei der Menschen aktiv ihre Umwelt verändern. Beuys zufolge wohnt jedem Mensch die Fähigkeit inne, die individuellen Lebensverhältnisse den eigenen Vorstellungen entsprechend zu gestalten. Somit hat auch jeder Mensch eine Mitverantwortung an seinem eigenen Schicksal und am Schicksal der Menschheit. Ein Umstand, der in meinen Augen die Grundlage jedes demokratischen Denkens und Handelns bildet.

Mein größter Dank muss schlussendlich an meine Eltern gehen. Sie haben mich frei von jeglichen Existenzängsten aufgezogen und mir so erlaubt, eine postmaterialistische Weltanschauung zu entwickeln, ohne die diese Arbeit niemals hätte zu Stande kommen können.

•

„Gäbe es weniger Moralisten, die dafür kämpfen, die Welt zu verbessern und mehr Baumschulmeister, die in Frieden ihren Garten bestellen, wäre es dann nicht nur um deren Gärten, sondern vielleicht auch um die Welt besser bestellt?“¹¹⁵

¹¹³ Hundertwasser Regentag Dunkelbunt 1958

¹¹⁴ Im Zeitraum von Documenta 7 und Documenta 8 ließ Beuys mit Hilfe von Freiwilligen 7000 Eichen im Stadtraum von Kassel pflanzen. Die soziale Plastik ist als eine Idee zu verstehen, die Zeit-, Mensch- und Lebensraumübergreifend wirkt, die vom Künstler lediglich in Anstoß gebracht wird und von da an eine nur teilweise vorhersehbare Eigendynamik entfaltet. Betreut wurde das Projekt von der *Organisation für direkte Demokratie durch Volksabstimmung*, die ebenfalls auf Beuys zurückgeht. vgl. *Richard Demarco interviewt Joseph Beuys in Beuys 7000 Eichen* hrsg. von Groener/ Kandler 1987, S.15 ff.

¹¹⁵ Zitat von Günter Wohlfahrt, aus seiner Einleitung zum Buch *Zhuangzi* 2003, S.17

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich des Eides statt, dass diese Arbeit selbstständig, ohne fremde Hilfe von mir verfasst wurde. Wörtliche und sinngemäße Zitate sind als solche gekennzeichnet und es wurden keine Hilfsmittel verwendet, die nicht gelistet sind.

_____ _____ _____
Signatur **Datum** **Ort**

**Fabian Faylona
Industrial Design
Fakultät für Gestaltung
Hochschule Pforzheim**