

Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität. Beiträge zu einem Public Interest Design

Rodatz, Christoph (Ed.); Smolarski, Pierre (Ed.)

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerk / collection

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

transcript Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rodatz, C., & Smolarski, P. (Hrsg.). (2021). *Wie können wir den Schaden maximieren? Gestaltung trotz Komplexität. Beiträge zu einem Public Interest Design* (Public Interest Design, 2). Bielefeld: transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839457849>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

CHRISTOPH RODATZ / PIERRE SMOLARSKI (HG.)

WIE KÖNNEN WIR DEN SCHADEN MAXIMIEREN?

Gestaltung trotz Komplexität

[transcript]

Public Interest Design

Christoph Rodatz, Pierre Smolarski (Hg.)
Wie können wir den Schaden maximieren?

Editorial

Die transdisziplinäre Reihe **Public Interest Design** befasst sich in Theorie und Praxis mit Fragen der Gestaltung von Interessen am Öffentlichen. Öffentliche Interessen sowie das Interesse am Öffentlichen werden von Wissenschaften ebenso gestaltet wie von Medien, von handelnder Politik ebenso wie von ökonomischen Interessen. Diese Zugänge und Diskurse zusammenzubringen und unter die Fragen der Möglichkeiten und Grenzen sowie der Mittel der Gestaltbarkeit – und somit unter die Frage des Designs – zu stellen, ist die Aufgabe dieser Reihe.

Die Reihe wird herausgegeben von Christoph Rodatz und Pierre Smolarski.

Christoph Rodatz (JProf. Dr. phil.), geb. 1968, lehrt Medienästhetik im Studiengang Public Interest Design an der Bergischen Universität Wuppertal. Seine Forschungsschwerpunkte sind Neue Ästhetik und Wahrnehmungslehre.

Pierre Smolarski (Dr. phil.), geb. 1984, lehrt Designrhetorik und Alltagsästhetik an der Bergischen Universität Wuppertal. Seine Forschungsschwerpunkte sind neben Rhetorik und Ästhetik Philatelie und Arbeitsdiskurse.

Christoph Rodatz, Pierre Smolarski (Hg.)

Wie können wir den Schaden maximieren?

Gestaltung trotz Komplexität. Beiträge zu einem Public Interest Design

[transcript]

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell. (Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>)

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2021 im transcript Verlag, Bielefeld

© Christoph Rodatz, Pierre Smolarski (Hg.)

Umschlaggestaltung: Iris Ebert

Lektorat: Marina Jenkner, Werbetext Wuppertal

Satz: Iris Ebert

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

Print-ISBN 978-3-8376-5784-5

PDF-ISBN 978-3-8394-5784-9

<https://doi.org/10.14361/9783839457849>

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <https://www.transcript-verlag.de>

Unsere aktuelle Vorschau finden Sie unter www.transcript-verlag.de/vorschau-download

<p>Einleitung: Schaden maximieren? Wem nützt diese Frage? Pierre Smolarski und Christoph Rodatz</p>	<p>07 – 10</p>
<p>Die Avantgarde des Bösen Public Interest Design zwischen moralischem Experiment und ethischem Instrumentalismus Johannes Achatz</p>	<p>11 – 26</p>
<p>Kommunikationsdesign, Ethik und Aufklärung Gerhard Schweppenhäuser</p>	<p>27 – 42</p>
<p>Social Design unter Verdacht Was Social Design von den Verdachtsmomenten gegenüber der Sozialen Arbeit lernen kann Iris Ebert</p>	<p>43 – 58</p>
<p>Schädliches Design Demoralisierende Designtheorie? Christian Bauer</p>	<p>59 – 78</p>
<p>Kann Design gesellschaftskritisch sein? Pierre Smolarski</p>	<p>79 – 98</p>
<p>Kriterien für gutes Design, die den Schaden maximieren Überlegungen zur Kriteriologie des Designs Mara Recklies</p>	<p>99 – 124</p>
<p>Wie wollen wir eigentlich leben? Der Umgang der Stadtplanung mit einer komplexen Frage Leonie Wendel</p>	<p>125 – 142</p>
<p>Was nicht passt, wird passend gemacht: Design und Unterdrückung Nina Pohler</p>	<p>143 – 162</p>
<p>Die Inszenierung demokratischer Erlebnisse Simulation partizipativer Prozesse Christoph Rodatz</p>	<p>163 – 186</p>

Vereindeutigen vs. Übersetzen Gestaltung trotz Komplexität Ingo Offermanns	187 – 200
Design oder nicht Design? Kynismus und Zynismus des DIY Florian Arnold	201 – 218
Design und die Herstellung des Obsoleten Konsum- und Designkritik im Werk von Günther Anders Anne D. Peiter	219 – 231

PIERRE SMOLARSKI UND
CHRISTOPH RODATZ

Schaden maximieren? Wem nützt diese Frage?

Wie können wir den Schaden maximieren? Was ist das für eine Frage? Wenn man nicht gerade radikal böse ist, wieso sollte man dann den Schaden maximieren wollen? Ist die Frage vielleicht nur ironisch gemeint? Nein, wir meinen diese Frage ernst.

Das Verhältnis von Design zu Gesellschaft, Politik, Ökonomie oder Ökologie ist sicherlich schon immer ein ungleiches. Auf der einen Seite kann man nicht leugnen, dass die Frage, wie die Artefakte und Prozesse aussehen, wie sie sich ausnehmen, wer mit ihnen oder in ihnen wie involviert ist und was er oder sie dann damit macht, oder kurz, wie sie gestaltet sind, eine zentrale Frage für alle diese genannten Bereiche ist. Demokratie lebt vom Mitmachen. Diese Aussage ist ebenso wahr wie trivial. Aber wie motiviert man zum Mitmachen, wobei kann wer wie mitmachen und wie macht man aufmerksam auf die Möglichkeiten und Grenzen des Mitmachens? Zweifellos spielen hier auch Fragen der Gestaltung eine zentrale Rolle. Und auch, wenn Maggy Thatcher betonte, dass es so etwas wie Gesellschaft nicht gebe, sondern nur Individuen und ihre Familien, so ist das nur die halbe Wahrheit. Es gibt sie, sie wird immer wieder erzeugt, formiert sich um gemeinsame Interessen, lebt in einer inneren Spannung und ermöglicht einen Austausch der individuellen Sichtweisen. Hierfür bedarf es Plattformen, Arenen, digitale und analoge Marktplätze und alle diese sind notwendigerweise irgendwie gestaltet. Ob sie gut gestaltet sind, ob sie den kollektiven Anforderungen der Gesellschaftsteilnehmer gerecht werden, ist sicherlich auch eine Frage an das Design. In vergleichbarer Weise ließe sich auch die Rolle des Designs in Fragen der Ökonomie oder der Ökologie beschwören und diese Fragen gingen sicherlich über die simple Feststellung hinaus, dass Design selbst ein Wirtschaftsfaktor ist, der im Laufe seiner Geschichte die Verschwendung von Ressourcen nicht gescheut hat.

Dennoch steht diesem vermeintlich bedeutungsschweren Verhältnis von Design zu Gesellschaft, Politik, Ökonomie und Ökologie eine fast schon diametral entgegengesetzte Wahrnehmung aus der anderen Richtung gegenüber. Eben, weil Design lange Zeit unter einem Funktionalitätsparadigma stand und mit gutem Recht auch in weiten Teilen noch immer steht, eben, weil Design die alltäglichste Facette der Artefakte unserer Um- und Mitwelt ausmacht, und eben, weil Design sich vor allem durch ästhetische Gefälligkeit gepaart mit funktionalistischer Komplexitätsreduktion auszeichnet, wird es in seinen Wirkungspotenzialen weitgehend unsichtbar. Aus dieser Problemlage, die zuerst einmal eine Problemlage der auch um akademische Anerkennung kämpfenden Designdisziplin selbst ist, wird das Bedürfnis erklärbar, Design selbst zum Kern des gesellschaftlich, politisch, ökonomisch oder ökologisch Guten zu machen. Design bleibt dabei oftmals funktionalistisch, nur wird die Funktion abstrakter, Design ist dann das, was nützlich ist, was gut für etwas ist. Es besteht immer die Gefahr, dass neuere Bestrebungen innerhalb der Designdisziplin, wie Social, Civic, Transformation oder auch Public Interest Design, die Nutzenoptimierung ohne jede kritische – und das heißt vor allem einordnende und letztlich auch begrenzende – Korrektur forcieren. Die Tagungsbeiträge aus Theorie und Praxis sind zu oft von der Überzeugung getragen, man maximiere den Nutzen, die florierenden Bücher in diesem Umfeld setzen auf das Pathos des guten Demiurgen und auch die Praxis flieht nicht selten in die utopischen Welten einer besseren, einer womöglich an sich guten Welt durch Design. Design verspricht dann, die ultimative Problemlösungsstrategie zu sein. Wir

fragen, wie können wir den Schaden maximieren, und wir meinen diese Frage ernst, weil wir hoffen, hierdurch zur Kritik aufzurufen, mehr noch zu einer Grenzziehung, die Kritik überhaupt erst ermöglicht. Wir sind davon überzeugt, dass es nicht schaden kann, wenn man eine zweite Perspektive zu den Dingen und ihrer Gestaltung einnimmt; und wir erhoffen uns nicht in dieser zweiten Perspektive die erste ad absurdum zu führen, sondern durch Komplexitätserhöhung zu bereichern.

Wenn sozial oder politisch motivierte Designer, Aktivisten, Interventionisten und allgemein politisch Handelnde sich die Frage stellen, was können wir Gutes tun, wie können wir Tiere und Menschen schützen, Umwelt retten, Partizipation fördern oder soziale Hindernisse überwinden, so geht eine Frage im Überschwang oft unter: Wem schaden wir mit unseren Ideen, Ansätzen und Handlungsvorschlägen? Die Frage ›Wie können wir den Schaden maximieren‹ ist also nicht als politisch-inkorrekt er Aufruf zur Zerstörung zu verstehen, auch nicht als Provokation, sondern schlichtweg als Ausdruck gesellschaftlicher Komplexität. Anstelle der Frage ›Wie können wir den Schaden maximieren?‹ hätten wir also auch fragen können: ›Wie ist Handeln trotz Komplexität möglich?‹ Hinter einer solchen Frage steht einer der wesentlichen Grundwidersprüche eines jeden sozial oder politisch motivierten, gestaltenden Eingreifens. Praktische Tätigkeit und Handeln stehen in einem spannungsreichen Verhältnis zu Reflexion und unbeirrbarer Kritik, sodass kritisches Handeln, wenn es nicht gar ein Paradox zu sein scheint, so doch zumindest ein spannungsreiches Verhältnis darstellt, das es immer wieder neu auszuloten und konkret zu bestimmen gilt. Beim Handeln hilft eine gewisse Unbedarftheit, eine Form von Naivität, die dem Kritiker, der sich widersprechende Perspektiven in Rechnung zu stellen hat, vollkommen abgeht – wenigstens der Idee nach. Den Punkt für sich zu finden, wo Kritik am eigenen Tun zugleich mit Handlungswille und Handlungsmöglichkeit zusammenkommt, wo also eine Form bewusster Selbstrestriktion und Bewusstheit für den Schaden, den man auch anrichtet, vorliegt, ist womöglich der Kern dessen, was man auch als das ›Ausbilden einer eigenen politischen Haltung‹ bezeichnen kann. Wenn wir also fragen, wie Handeln trotz Komplexität möglich ist, so rufen wir dazu auf, ethische, politische, gesellschaftliche oder allgemein sittliche Leitlinien zur Orientierung beizutragen, zu diskutieren und konkret aufzuzeigen. Zugleich ergeben sich Fragen nach den Grenzen von Komplexitätsreduktion, die irgendwo zwischen dem Königsweg jeder Didaktik, dem Heerweg jedes Populismus und dem Rückzugsort der Ignoranz liegen. Zur Frage steht auch das womöglich verstaubte und doch immer wieder (oftmals auch recht negativ) zutage tretende Verhältnis von Theorie und Praxis; insbesondere, wenn es um ein Handwerk, eine Kunst (ars, technē) wie u. a. das Design geht oder um das Handeln politischer Aktivist*innen und Kunstkollektive. In all dem eben Genannten wird stets nach Verhältnissen gefragt und das Denken in Verhältnissen zeichnet eben eine kritische, weil einordnende, Zugangsweise zu Design aus. Eben genau in diesem Sinne ist auch unsere Leitfrage eine Frage nach dem Verhältnis von Nutzen zu Schaden, von Anspruch zu Wirklichkeit und nicht zuletzt eine Kritik an der verhältnislosen Hybris des vermeintlich autonomen (Design-)Subjekts.

Schließlich zählt hierzu auch das Verhältnis von Offenheit zu Konkretheit, die an das nicht weniger verstaubte Verhältnis von Kunst und Design denken lässt. Erzeugt man im

Umgang mit Komplexität eine Offenheit, die das Ideal verfolgt, nachdenklich zu machen, oft genug aber unergründlich und diffus wird und die eigene Überforderung zum Ausdruck bringt? Oder erzeugt man eine unmissverständliche Konkretheit, mit einer klaren Aussage oder Anwendbarkeit, die aber droht einseitig, ignorant oder auch ideologisch zu sein?

Wie können wir den Schaden maximieren? Mit diesem Fokus wollen wir infrage stellen, ob es reicht, wenn Designer*innen nur die Verbesserung von etwas vorantreiben? Sie müssen sich immer auch der Verschlechterung, die sie erzeugen, stellen, ohne dabei jegliches Handeln einzustellen. Oder anders gefragt, wie könnte eine methodisch implementierte Distanzierung dem eigenen Machen gegenüber und eine kritische sowie moralisch und ethisch geprägte Haltung aussehen, die eben auch den Umstand berücksichtigt, dass mit der Gestaltung Konflikte nicht nur gelöst, sondern auch befeuert werden?

JOHANNES ACHATZ

Die Avantgarde des Bösen

**Public Interest Design zwischen
moralischem Experiment und
ethischem Instrumentalismus**

The end of democracy is a radical end.
For it is an end that has not been adequately realized in
any country at any time.¹

(John Dewey)

Die menschliche Fantasie kann nur durch Grenzziehungen und Grenzverschiebungen ihre Reichweite bestimmen. Völlig fantastische Vorschläge sind nicht von Unsinn zu unterscheiden, denn der einzige Weg, den Neuigkeitswert einer Idee zu bestimmen, führt über den Abgleich mit bereits betretenen, bekannten und abgesteckten Gebieten. Jede Avantgarde, die Grenzen überspringt, ringt mit dem Vorwurf, beliebigen Unsinn produziert zu haben. Kleine Grenzverschiebungen sind dagegen nachvollziehbar und weniger irritierend, doch stellen sie einen geringeren Fortschritt dar.

Das Problem des Grenzgängertums von VisionärInnen in Kunst, Gestaltung, Philosophie, Wissenschaft, Ingenieurwesen, Politik, usw., das Neue zu wagen, aber sich vor dem Alten rechtfertigen zu müssen, ist bekannt. Doch wie verhält es sich bei den Grenzen von Moral und Ethik? Wie weit lässt sich ein Wohl oder ein Schaden maximieren? Kann es eine Avantgarde des Guten oder eine Avantgarde des Bösen geben, analog zu einer Avantgarde in Kunst, Politik, Wissenschaft und Technik? Und lässt es sich rechtfertigen das Neue zu wagen?

Von besonderer Relevanz sind diese Fragen, wenn die Ideen normativer Gestaltung ernstgenommen werden. Wenn nicht nur die *Wertgebundenheit* jeder Gestaltung passiv anerkannt wird, sondern »Design« *aktiv* und, wie Jesko Fezer vorschlägt, »parteiisch wird«², kann eben auch für die schlechte Sache Partei ergriffen werden.

Die Grenze des Bösen und Verfallsformen des Guten

Der Beitrag folgt zunächst kursorisch Vorstellungen des Guten und des Bösen in der Ideengeschichte, die auf die Möglichkeit eines progressiven Konzepts, einer Avantgarde des Bösen (oder Guten) hin untersucht werden. Die Frage nach einer Avantgarde setzt voraus, dass es Grenzen gibt, die verschoben werden können. Entsprechend werden Positionen vorgestellt, die das Gute (oder Böse) in einem jenseitigen Bereich verorten sowie naturalistische Theorien des Guten (oder Bösen), die das Ganze der Moral im Diesseits festsetzen.

Aus der kursorischen Umschau wird die These entwickelt, dass Moral kreativ sein muss und neue Werte finden und schaffen kann, ein ›Böses‹ aber stets in der Vereitelung von Werten oder Bedürfniserfüllung besteht und sich die Kreativität des Bösen in instrumenteller Leiderzeugung erschöpft (schlimm genug). Mit Hans Jonas und John Dewey wird argu-

1 Dewey, John: *Democracy is radical* (1937). In: Larry A. Hickman / Thomas M. Alexander (Hg.), *The essential Dewey: Pragmatism, education, democracy*, Bloomington 1998, S. 337–339. Hier: S. 338 f.

2 Fezer, Jesko: *Parteiisches Design*. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), *Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen*, Bielefeld 2018, S. 223.

mentiert, dass aus der Kreativität der Moral eine Gestaltungsaufgabe der Ethik abgeleitet werden kann und sich in dieser Gestaltungsaufgabe eine Begründung für eine Ethik des Public Interest Designs entwickeln lässt.³

Jenseitiges Gut und diesseitiges Böses

Gerne wird das Gute als ›jenseitiges‹ Ideal gesehen, als ›Idee des Guten‹. Dieses jenseitige Ideal gilt es dann – unter Abstrichen – ›hier‹ auf Erden zu realisieren. So funktioniert Platons Ideenschau, so funktioniert Kants ›Reich der Zwecke‹, so funktioniert die materielle Wertethik bei Hartman und Scheler. Der Vorteil, Vorstellungen eines ›Guten‹ in einen jenseitigen Bereich des Idealen zu verorten, liegt darin, dass ein solches Gutes nie ›schlecht‹ werden kann. Unwägbarkeiten praktischen Handelns, wie unvorhergesehene Konsequenzen oder unbekannte Faktoren der Handlungssituation werden dann Mängeln in der Umsetzung zugeschrieben. Das Gute bleibt aber als unantastbarer Orientierungspunkt erhalten, den es faktisch so weit wie möglich zu realisieren gilt.

Kant sieht das Gute im »guten Willen«, der sich Handlungsmaximen nach dem moralischen Gesetz gibt, die dem »Reich der Zwecke«⁴ entstammen. »Böses« besteht dann in Unzulänglichkeiten, dem moralischen Gesetz zu folgen. Entsprechend gliedert Kant Verfallsformen des Guten in drei Stufen⁵: 1. Willensschwäche dem moralischen Gesetz zu folgen, 2. Unlauterkeit: Vermischung von reinem Gesetz mit persönlichen Neigungen, 3. Börsartigkeit: Missachtung des moralischen Gesetzes oder systematisch nachrangige Behandlung desselben.

Wer lügt, obwohl nach Kant das vernunftgewirkte moralische Gesetz es verbietet, handelt selbstwidersprüchlich. Wäre Lügen ein allgemeines Gesetz, würden damit zugleich die Institutionen des Versprechens, von Vereinbarungen, Verträgen, vertrauenswürdiger Kommunikation und viele weitere überhaupt aufgegeben, was den individuellen Vorteil, der durch eine Lüge erreicht wird, zunichtemachen würde:

Die Lüge also, bloß als vorsätzlich unwahre Deklaration gegen einen andern Menschen definiert, bedarf nicht des Zusatzes, daß sie einem anderen schaden müsse [...] Denn sie schadet jederzeit einem anderen, wenn gleich nicht einem andern Menschen, doch der Menschheit überhaupt, indem sie die Rechtsquelle unbrauchbar macht.⁶

3 Die Bilder des Guten und Bösen, sowie ihrer Avantgarde, werden in groben Pinselstrichen nachgezeichnet um ein allgemeines Bild zu liefern – es liegt in der Natur dieser Vorgehensweise, dass dieses Bild auf Details und Schraffuren verzichten muss. Zur Vertiefung und weiterer Literatur sei der Eintrag The Concept of Evil in der Stanford Encyclopedia of Philosophy empfohlen. Calder, Todd: The Concept of Evil. In: Edward N. Zalta (Hg.),

The Stanford Encyclopedia of Philosophy 2018.

4 Kant, Immanuel: Grundlegung der Metaphysik der Sitten, Frankfurt am Main 1977, S.66.

5 Vgl. Kant, Immanuel: Die Religion innerhalb der Grenzen der bloßen Vernunft, Frankfurt am Main 1977, S.676.

6 Kant, Immanuel: Über ein vermeintes Recht aus Menschenliebe zu lügen. In: Kants Werke, Abhandlungen nach 1781, Berlin 2003, S.426.

Es wäre also widersinnig, eine Welt der Lügen zu wollen. Wer dennoch lügt, handelt aus bloßer Selbstliebe, aus reinem Egoismus, um sich einen Vorteil zu verschaffen. Kant liefert damit zwar eine Bestimmung des Bösen, die ohne theologische Rückgriffe auskommt, doch lässt sich schwerlich eine Maximierung des Bösen denken. Jede Abkehr vom moralischen Gesetz ist bereits eine ›böse‹ Verfallsform des guten Willens.

Jenseitiges Gut und Jenseitiges Böses

Als Beispiel eines jenseitigen Bösen lassen sich Vorstellungen der christlichen Hölle anführen. Nach dem Tod wandeln die Seelen im Jenseits, wobei christliche Vorstellungen die Hölle als einen gottesfernen Ort beschreiben.⁷ Ewige Seelenqualen werden in Aussicht gestellt, wenn das eigene Seelenheil auf dieser Erde verwirkt wird. Zwar kann auf dieser Erde gesündigt werden und diese ›diesseitigen‹ Übel kennen durchaus Abstufungen und Schweregrade, doch wer sein Leben hier verwirkt, blickt jenseitigen ewigen Höllenqualen entgegen, die einen maximalen Schaden darstellen.

Das Gute besteht dagegen im gottgefälligen Leben. Als menschliches Beispiel, wie hier auf Erden das Gute eines jenseitigen Gottes realisiert werden kann, steht Jesus. Menschenkind und Gottes Sohn zugleich, personifiziert er Güte und Gnade (sowie viele andere Dinge, die Gegenstand theologischer Debatten sind).

Hier tritt die Figur des Teufels auf, der Ränke schmiedet und in Versuchung führt, um ein Reich himmlischen Friedens auf Erden zu verhindern oder Seelen vom Eingang in den Himmel abzuhalten. Der ›maximale Schaden‹ eines Teufels ist auch hier jeweils die Vereitelung von Gutem. Die Grenzen seiner Schadhaftigkeit sind die Grenzen der Realisierbarkeit der guten Ideale. Eine Avantgarde des Bösen, die über ›ewige Seelenqualen‹ hinausreicht, steht nicht in Aussicht.

Diesseitiges Gut und diesseitiges Böses

Grenzverschiebungen des Bösen kommen wir dagegen näher, wenn das Gute und Böse im Diesseits liegen. In Sartres Kammerstück *Geschlossene Gesellschaft* wird eine ›diesseitige‹ Hölle beschrieben. Es finden sich drei Personen in der Hölle wieder, doch ist die Hölle lediglich ein Raum mit drei Stühlen, verschlossener Tür und leicht erhöhter Temperatur. Den Insassen bleibt nichts übrig, als sich zu fragen, wie sie in diese Lage geraten sind. In gegenseitigen und Selbstzweifeln offenbaren sich schrittweise ihre Verfehlungen. Sie sind dazu verdammt sich zu sezieren und immer neue Schichten ihrer Schuld offenzulegen. »Die Hölle sind die anderen«⁸ heißt es in diesem Stück. In dem Maße, wie die Figuren die Fehler in ihren Leben aufdecken, wächst auch die Scham. Und da ein einziger Augenblick eines menschlichen Lebens mehr Facetten hat, als dass er je vollständig erzählt werden könnte, werden die oberflächlichen Streitigkeiten der Insassen mit der Zeit zu Tiefenbohrungen

7 Vgl. Adam, Alfred: Hölle. In: Joachim Ritter (Hg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, Basel 1974.

8 Sartre, Jean-Paul: *Geschlossene Gesellschaft*. Übers. von Traugott König. Reinbek 2008. S. 59.

der Seele. Mit der zunehmenden Einsicht in eigene Verfehlungen wächst das Leid über die eigene Ungenügsamkeit.

Die Ewigkeit selbst ist es nicht, die eine ›diesseitige‹ Hölle, wie Sartre sie beschreibt, zur Qual werden lässt. Es ist das »Allzumenschliche«, wie Nietzsche sagen würde, das sich in schrittweisen Entblößungen, Einsichten und Demütigungen vollzieht und damit Stück für Stück den Schaden maximiert. Die erweiterten Einsichten in die eigenen Taten lassen immer wieder neue Aspekte der Verfehlungen aufscheinen, die neue Scham hervorbringen und damit ein progressives Konzept der Schadensmaximierung bieten.

Das Gute bleibt in diesem Stück verborgen. Die Herausforderung des Guten besteht darin, ein »eigenes Leben« führen zu müssen. Eine echte Schwierigkeit, wenn es nur das eigene diesseitige Leben gibt und Tröstungen der Jenseitigkeit wegfallen.⁹ Ob über einfache Akte der Nachsicht, der Mitmenschlichkeit oder der Selbstbeherrschung hinaus noch Gutes möglich ist, bleibt offen.

Dagegen liegt das Böse bereits im Setting, in der menschlichen Fähigkeit Schuld und Verfehlungen einzusehen – und immer wieder von anderen darauf gestoßen zu werden. Das Leid daran kann ständig wachsen und erneuert werden. Dennoch ist der Bereich der Leiderzeugung begrenzt. Zwar bietet sich hier ein progressives Konzept des Schadens, denn die Einsicht in eigene Unzulänglichkeiten und deren Offenbarwerden durch die Blicke anderer kennen prinzipiell keinen Abschluss. Doch bietet sich keine Avantgarde, die neue Formen des Bösen generiert.

Diesseitiges Gut und jenseitiges Böses

Hannah Arendt widmet sich einem »radical evil«¹⁰ aus einer anderen Perspektive. In der Beschreibung von Konzentrationslagern der Nazis arbeitet sie heraus, wie Selbstwidersprüchlichkeit zwar nicht im logischen Sinne vernünftigen Wollens auftritt (Kant), wohl aber entgegen ökonomischer oder kriegsstrategischer Zwecke die Vernichtung von Menschen mit großem Aufwand vorangetrieben wurde. Die groteske Einrichtung von Konzentrationslagern steht soweit entfernt von jeder Form menschlichen Wollens, Umgangs oder Zusammenlebens, dass damit ein Ende von qualitativen Entwicklungen oder Transformationen von Stufen des Bösen erreicht sei:

The camps are meant not only to exterminate people and degrade human beings, but also serve the ghastly experiment of eliminating, under scientifically controlled conditions, spontaneity itself as an expression of human behavior and of transforming the human personality into a mere thing, into something that even animals are not; for Pavlov's dog, which, as we know, was trained to eat not when it was hungry but when a bell rang, was a perverted animal.¹¹

9 Vgl. Beck, Ulrich: Eigenes Leben. Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben, München 1997.

10 Arendt, Hannah: The origins of totalitarianism, New York 1958, S.443.

11 Ebd., S.437.

Arendt spricht wohlgerne nicht über alle möglichen Maximen, sondern will mit dem Ausdruck »radical evil«¹² das ganz reale, diesseitige Grauen fassen. Sie argumentiert, mit der systematischen Entmenschlichung werde schlicht der Bereich der Moral verlassen und Abstufungen jenseits einer Entmenschlichung werden sinnlos. Das normative Vokabular von moralischen Subjekten, Wertkonflikten oder Wertabwägung wird unbrauchbar, wenn Menschen der Subjekt-Status entzogen wird, um sie aus dem moralischen Universum auszuschließen. Nach Arendt lässt sich das menschliche Leid nahezu unbegrenzt steigern, doch gibt es eine Grenze von Bösartigkeiten hin zu einem radikalen Bösen, das jede Zu- oder Anerkennung von Werten verneint. Statt einer Avantgarde des Bösen diagnostiziert Arendt eine Grenze des Sprachspiels der Moral, bei der radikal Böses *jenseits* jeder Wertung steht.

Die Grenzen des Guten

Nach Arendts Kritik an den Grenzen des moralischen Sprachspiels stellt sich die Frage, was eine Ethik, zumal eine Avantgarde der Ethik, überhaupt leisten kann. Wenn radikal Böses nicht zu fassen ist, kann es dann überhaupt »ein Gutes« geben, dessen Verfolgung immer anzustreben ist? Nietzsche kritisiert in diesem Sinn das Sprachspiel der Moral. Er sieht die Moraldiskurse als blendende Fassaden der Entrüstung, hinter denen der nackte Stahlbeton von Machtbeziehungen und Vorteilsnahme steht. Die Enttäuschung darüber, dass Menschen neben dem Wahren, Guten und Schönen auch dumpfen Machtspielen folgen, nimmt er zum Anlass, das Ganze der »ewigen Werte«¹³ als entkernt und eine Scharade gesellschaftlicher Machtkommunikation anzusehen:

Das Urteil »gut« rührt nicht von denen her, welchen »Güte« erwiesen wird! Vielmehr sind es »die Guten« selber gewesen, das heißt die Vornehmen, Mächtigen, Höhergestellten und Hochgesinnten, welche sich selbst und ihr Tun als gut, nämlich als ersten Ranges empfanden und ansetzten, im Gegensatz zu allem Niedrigen, Niedrig-Gesinnten, Gemeinen und Pöbelhaften.¹⁴

Nietzsche hängt, wie Kant und Schopenhauer, der Vorstellung nach, was gut sei, dürfe unter keinen Umständen je zum Schlechten dienen. In seinem Spätwerk fordert er daher dazu auf, die Grenzen der Moral zu überwinden und einen »neuen Menschen« zu formen, der damit eben auch eine *neue* Moral mitbringt, die über die niederen Ränkespiele alltagsweltlicher Diskurse erhaben ist.¹⁵ Nietzsche sieht also durchaus die Möglichkeit einer Avantgarde des Guten, die neue Werte und neue Formen des Wertens entwickeln kann. Die Menschen scheinen ihm allerdings noch nicht dazu befähigt, eine solche Grenzverschiebung umzusetzen.

12 Ebd., S. 443.

13 Nietzsche, Friedrich Wilhelm: *Jenseits von Gut und Böse* (1886), München 1954, S. 661.

14 Nietzsche, Friedrich Wilhelm: *Zur Genealogie der Moral* (1887),

München 1954, S. 772 f. Siehe auch: Nietzsche, Friedrich Wilhelm: *Also sprach Zarathustra* (1883), München 1954, S. 369–371.

15 Vgl. Nietzsche 1886.

Grenzverschiebung des Guten

Solange das Gute nicht im Jenseits verortet wird, stehen Möglichkeiten einer kreativen Moral offen, die bis zu einer Avantgarde des Guten reichen können, die neue Werte schöpft. Der Vorwurf an eine solche diesseitige, kreative Moral lautet: Es kann nicht sichergestellt werden, dass neue Werte und Wertungen tatsächlich nur zum Guten dienen und nicht für Schlechtes eingesetzt werden können.

Die kürzeste Replik auf diesen Vorwurf liegt im Verweis auf die Praxis der Moral. Sie ist ein Sozialregulativ zur Lösung von Wertkonflikten, das diese Aufgabe mal besser und mal schlechter erfüllt.¹⁶ Dem stehen die Vorteile und Fortschritte gegenüber, die eine Moral – sei sie auch insofern ›unrein‹, dass sie sich nie ganz vom Verdacht hintertriebener Machtspiele hinter ihrem Vorwand befreien kann – in der Lösung ständig auftretender moralischer Probleme des menschlichen Zusammenlebens hervorgebracht hat.

Das prominenteste Beispiel mag die kreative »Erfindung«¹⁷ der Menschenwürde sein, die in Reaktion auf die Grauen der Konzentrationslager politisch etabliert wurde¹⁸ und ihren Weg in zahlreiche Verfassungen europäischer Staaten¹⁹ und die Universal Declaration of Human Rights [1949] gefunden hat. Obwohl nach wie vor unterschiedliche Interpretationen und Definition der Menschenwürde vorliegen, obwohl in ihrem Hintergrund eine durchaus anfechtbare Abkunft aus ›westlicher Zivilisation‹ steht, obwohl weiterhin darüber debattiert wird, auf welcher Anwendungsebene ein Prinzip der Menschenwürde seinen Platz haben sollte, hat sie sich dennoch als erfolgreiches Instrument bewährt, das Orientierung für menschliches Handeln in unklaren Situationen bietet, moralische Standards für rechtliche Normierung bereitstellt, fundamentale Rechte sichert und moralische Problemstellungen in pluralistischen Gesellschaften zu lösen hilft.²⁰

16 Vgl. Dewey, John: Ethics. In: Jo Ann Boydston (Hg.), *The later works 1925-1953*. 1932. Carbondale 2008, S. xxxiii, Fn. 21; Riedl, Katrin / Jensen, Keith / Call, Josep / Tomasello, Michael: Restorative Justice in Children. In: *Current Biology* 25 (2015), S. 1731-1735; Tomasello, Michael: *A natural history of human morality*, Cambridge 2015; Rorty, Richard: *Wahrheit und Fortschritt*, Frankfurt am Main 2003; Rorty, Richard: *Gefangen zwischen Kant und Dewey: die gegenwärtige Lage der Moralphilosophie*. In: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 49 (2001), S. 179-196.

17 Knoepffler, Nikolaus: *Menschenwürde heute – ein wirkmächtiges Prinzip und eine echte Innovation*. In: Ders. / Peter Kunzmann / Martin O'Malley (Hg.): *Facetten der Menschenwürde*, Freiburg 2011, S. 9-30.

18 Vgl. Knoepffler, Nikolaus: *Würde und Freiheit. Vier Konzeptionen im Vergleich*, Freiburg 2018.

19 Vgl. Durande, Marine: *Das Menschenwürdekonzept im Rahmen der Europäischen Union*. In: Christine Baumbach / Peter Kunzmann (Hg.): *Würde – dignité – godność – dignity: die Menschenwürde im internationalen Vergleich*, München 2010, S. 160 ff.

20 Vgl. O'Malley, Martin: *A Performative Definition of Human Dignity*. In: Nikolaus Knoepffler / Peter Kunzmann / Ders. (Hg.), *Facetten der Menschenwürde*, Freiburg im Breisgau 2011, S. 75-101; Achatz, Johannes / O'Malley, Martin: *The Pragmatism of Applied Ethics*. In: Ders. / Martin Leiner / David Summe / Nikolaus Knoepffler (Hg.), *Thüringen: Braucht das Land Versöhnung?*, Würzburg 2017, S. 153-172.

Die Avantgarde des Guten

Eine Avantgarde der Ethik ist also denkbar. Wie die Menschenwürde ›erfunden‹ wurde, mögen in kommenden Jahren weitere Prinzipien ›erfunden‹ werden, die als erfolgreiches Sozialregulativ normative Orientierung bieten. Im Nahbereich wird etwa darum gerungen, wie weit das moralische Universum über Speziesgrenzen hinweg erweitert werden soll.²¹ Im Sinne der Grenzverschiebung könnte etwa der Würde-Gedanke auf nicht-menschliche Lebewesen ausgeweitet werden.²² Versuche, eine Roboter-Ethik oder künstliche moralische Agentensysteme zu entwickeln, sind ebenfalls verbreitet²³, scheitern aber bisher daran, moralischen Subjektstatus auf Nicht-Lebendiges zu übertragen.²⁴

Eine Avantgarde des Bösen, die nicht nur Vorhandenes schädigt, sondern neue Bereiche jenseits eines »radical evil«²⁵ schöpferisch hervorbringt, ist in unserer kurstorischen Umschau dagegen nicht aufgetreten. Eine andere Theorie von Hannah Arendt scheint der Frage nach einer Avantgarde des Bösen viel näher zu kommen: Von Hannah Arendt stammt der Gedanke einer »Banalität des Bösen«²⁶. Eichmann, der über seinen Schreibtisch hinweg den Massenmord des Naziregimes verwaltete, präsentierte sich bei den Nürnberger Prozessen als Familienmann mit (verkümmert)er kantischer Moralvorstellung. Kein Hass getriebener Fundamentalist oder niederträchtiges Genie, sondern ein kleingeistiger Schreibtischtäter.

Das »radical evil«²⁷ der Konzentrationslager wurde also nicht von einer Avantgarde der Superschurken möglich gemacht. Das Leid wurde maximiert, indem Lagerinsassen die Zugehörigkeit zur Gruppe menschlicher Wesen abgesprochen wurde. Progressive Bösewichte mögen eine kreative Intelligenz in der Entwicklung von Instrumenten und Methoden der Leiderzeugung haben – die Entwicklung, Anerkennung und (wenigstens versuchte) Umsetzung neuer ethischer Werte und Prinzipien erschließt dagegen im Sinne einer Avantgarde ganze Gegenstandsbereiche für eine moralische Auseinandersetzung, die vorher unzugänglich schienen.

21 Vgl. Singer, Peter: *Animal liberation: a new ethics for our treatment of animals*, New York 1975.

22 Vgl. Odparlik, Sabine: *Die Würde der Pflanze: ein sinnvolles ethisches Prinzip im Kontext der Grünen Gentechnik?*, Freiburg 2010; Kunzmann, Peter: *Die Würde des Tieres – zwischen Leerformel und Prinzip*, Freiburg im Breisgau 2007.

23 Vgl. Etzioni, Amitai / Etzioni, Oren: *AI assisted ethics*. In: *Ethics and Information Technology* 18 (2016), S. 149-156; Anderson, Michael / Anderson, Susan Leigh: *Machine ethics: Creating an ethical intelligent agent*. In: *AI Magazine* 28 (2007), S. 15-26.

24 Vgl. Für einen Entwurf einer Informationsökologie, die den Subjektstatus nicht nach Lebendigkeit,

sondern nach Komplexität informationeller Systeme zuschreiben will, siehe: Floridi, Luciano / Sanders, J. W.: *Mapping the foundationalist debate in computer ethics*. In: *Ethics and Information Technology* 4 (2002), S. 1-9; Floridi, Luciano: *Information Ethics*. In: Luciano Floridi (Hg.), *The Cambridge handbook of information and computer ethics*, Cambridge 2010, S. 77-97; Floridi, Luciano: *Information Ethics: On the Philosophical Foundation of Computer Ethics*. In: *Ethics and Information Technology* 1 (1999), S. 37-56.

25 Arendt 1958, S. 443.

26 Arendt, Hannah: *Eichmann in Jerusalem: a report on the banality of evil*, New York 1976.

27 Arendt 1958, S. 443.

Lässt sich das Böse wollen?

Ein progressives Konzept des Bösen, das mit progressiven Möglichkeiten der Moral wenigstens gleichzusetzen wäre, hat sich bisher nicht dargeboten. Eine Schwierigkeit scheint auch darin zu liegen, ›das Böse‹ überhaupt wollen zu können.

Denn etwas wollen zu können, bedeutet ein Interesse zu haben und etwas anzustreben oder vorzuziehen. Dass dies ein Prinzip des Lebens überhaupt, des Organischen ist, haben sowohl Hans Jonas²⁸ als auch John Dewey²⁹ herausgearbeitet. Das Prinzip des Organischen setzt bereits ein Streben, eine Richtung voraus. Ohne hier tiefer in Lebensphilosophien einzusteigen, lässt sich dieser Punkt aber auch anhand unserer Alltagsmetaphysik veranschaulichen:

Ein Kollege bietet gerne Blockseminare über E. M. Cioran an, bei denen an einem Wochenende geballt das aphoristische Werk *Vom Nachteil geboren zu sein* gelesen wird.³⁰ Drei kurze Auszüge mögen ausreichen, um einen Eindruck zu gewinnen: »Wir haben, als wir geboren wurden, soviel verloren, wie wir beim Sterben verlieren werden. Alles.«³¹ »Wäre man doch vor dem Menschen geboren!«³² »Ich möchte frei sein, aufs äußerste frei. Frei wie ein Totgeborener.«³³

Nach dem intensiven Eintauchen in diese negative Weltsicht, die der Unzulänglichkeit in allen Dingen nachspürt, wird deutlich, wie grundlegend positiv demgegenüber unsere alltagsweltliche Metaphysik ausgestattet ist. Viele Selbstverständlichkeiten des Ausdrucks und der Alltagsvorstellungen sind, entsprechend dem strebenden, wollenden, wertenden Wesen des Organischen, normativ aufgeladen.

Als etymologisches Beispiel mag das alt(hoch/mittel)deutsche Wort ›wird‹ dienen. Es stellt die Wurzel unseres Begriffes der Würde (Menschenwürde) ebenso wie des Wachsens (und Gedeihens) dar und bedeutet ›werden, gut werden‹. Denn was ›wird‹, was ›wächst‹ und sich entfaltet, kann Früchte hervorbringen – was nicht wächst oder eingeht, was ›nicht wird‹ hat keinen ›Wert‹.³⁴ So trägt die kleine Vokabel ›werden‹ bereits ein Sediment positiver Semantik in sich, die unsere Sprache auch bei allem Bemühen um nüchterne – oder gar negative – Aussagen über den Zustand und die Ausstattung unserer Welt nicht einfach ablegen kann.

Diese Beispiele verdeutlichen, dass Werte und Unterschiede, Vorzüge und Interessensformierung ›natürlich‹ sind und dass diese Veranlagung zum Werten unsere Alltagsmetaphysik prägt. Damit ist jedoch noch nicht gesagt, dass unsere sublimen Wertungen auch

28 Vgl. Jonas, Hans: Das Prinzip Verantwortung: Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt am Main 1984, S.157.

29 Vgl. Dewey, John: Human nature and conduct. In: Jo Ann Boydston / Murray G. Murphey (Hg.), The middle works 1899-1924. 1922, Carbondale 2008; Dewey, John: Experience and Nature. In: Jo Ann Boydston (Hg.), The later works, 1925-1953. 1925, Carbondale 2008.

30 Vgl. Cioran, Emile M.: Vom Nachteil, geboren zu sein, Frankfurt am Main 1979.

31 Ebd., S.48.

32 Ebd., S.45.

33 Ebd., S.10.

34 Vgl. Lühr, Rosemarie: Wertbegriffe in indogermanischen Sprachen Europas. In: Christine Baumbach / Peter Kunzmann (Hg.), Würde - dignité - godnosc - dignity, München 2010, S.41-76.

kritischer Reflexion standhalten oder dass von der positiven Grundierung der Weltbeschreibung darauf geschlossen werden kann, dass die Welt gut ist, wie sie ist, oder sein *soll*, wie sie ist.

Ethik und Interessen als Gestaltungsaufgabe

Im Anschluss an die positive Alltagsmetaphysik und die Notwendigkeit organischer Lebensformen, Interessen (im weitesten Sinn) zu verfolgen³⁵, auszuhandeln und zu realisieren³⁶, lässt sich der Begründungsakt einer Ethik des Public Interest Design in der Öffnung der Möglichkeiten von Wertorientierung überhaupt erheben. Als *bewusste Setzung* haben Menschen die Freiheit, sich »den Naturzweck noch einmal zum Zweck«³⁷ zu setzen und sicherzustellen, dass auch weiterhin Interessen entstehen, verfolgt und ausgehandelt werden können.

Um einen naturalistischen Fehlschluss³⁸ zu vermeiden, darf von der Beschreibung von Lebewesen als »Träger von Interessen« nicht direkt auf die moralische Forderung geschlossen werden, dass »Interessen« auch immer verfolgt werden *sollen*. Diese bewusste Setzung ist notwendig, um einerseits die »Interessengemeinschaft« alles Lebendigen als schützenswert auszuweisen und dabei andererseits differenzieren zu können, *wie* und *welche* Interessen vorrangig Achtung verdienen. Diese Freiheit der Setzung bedeutet daher auch, dass es durchaus Sache des Menschen ist und in seine Verantwortung fällt zu entscheiden, ob ein weitgehend pathologischer »Selbstzweck«, wie der eines Cholera-Bakteriums, noch einmal gesetzt werden sollte.

Der Dauerauftrag des Public Interest Designs

Eine Ethik der Gestaltung wäre mit dem Akt der bewussten Setzung zwar begründet, doch ist mit dem Ziel, weiterhin für die Entwicklung und Aushandlung von Interessen einzustehen, noch nicht das Format benannt, in dem ein solches Ziel realisiert werden könnte.

In einer prozesshaften Welt mit wandelnden Problemstellungen und neuen Anforderungen, die äußerer Wandel ebenso erzeugen kann wie innere Wünsche und Interessen einer Person, sind lohnenswerte Ziele und Wege zu deren Realisierung ständig neu zu prüfen. Diese Prüfung selbst wird in pluralistischen Gesellschaften zu einem notwendigen, aber konfliktreichen Kern der Interessensbildung und -äußerung, die [demokratischer] Formen und etablierter Verfahrenswege der Aushandlung bedarf. Zwischen individualethischen Überzeugungen und rechtlich normierten Grundsätzen und -werten steht der weite Raum

35 Vgl. Brenner, Andreas: *Leben: eine philosophische Untersuchung*, Bern 2007; Jonas, Hans: *Organismus und Freiheit. Philosophie des Lebens und Ethik der Lebenswissenschaften*, Darmstadt 2010, S.209 ff.

36 Vgl. Jonas 1984, S.157; Dewey 1922, Dewey 1925.

37 Jonas 1984, S.160.

38 Vgl. Moore, George Edward: *Principia ethica*, Cambridge 1993, S.61 ff., S.91; Frankena, William K.: *Der naturalistische Fehlschluss*. In: Günter Grewendorf / Georg Meggle (Hg.), *Seminar: Sprache und Ethik. Zur Entwicklung der Metaethik*, Frankfurt am Main 1974, S.83-98.

politischer Kultur offen, in dem Formate für die Gestaltung von Interessensbildung und -aushandlung ihren Platz haben.

Ein »Parteiisches Design«³⁹ kann sich dabei durchaus konkreten Konflikten und besonderen Interessen verschreiben, um diese sichtbar zu machen und im Diskurs voranzutreiben. Doch spricht nichts dagegen, etwas zurückgezogener die Möglichkeiten des Interessensausaustausches selbst zu stützen, um bereits dadurch eine kreative Leistung zu erbringen.

Habermas beschreibt etwa politische Kultur als »verfassungspatriotisches Gewebe von historisch gesättigten politischen Wertorientierungen, das nur *beiläufig entstehen* kann«⁴⁰. Dass überhaupt weiterhin Aushandlungsräume bereitstehen und in Anspruch genommen werden, erfordert eine »Überbrückung normativ geschützter kultureller Abstände«, die nicht politisch verordnet werden können, sondern die als »*kreative Erweiterung* der historisch gewachsenen Mehrheitskultur«⁴¹ erst praktiziert werden müssen, um von einem Experiment ins Stadium der gelebten oder gewohnheitsmäßigen Kultur zu gelangen.

Die Grenzen der Parteinahme sind im Negativen das »*radical evil*«⁴², das anderen abschreibt überhaupt Interessen zu haben, und im Positiven die Beförderung von Interessen, die damit vereinbar sein müssen, dass auch zukünftig Formen der Interessensbildung und -aushandlung offenbleiben. Dazwischen breitet sich das weite Feld gestalterischer Tätigkeit aus, das seine Berechtigung nicht nur aus Gewichtigkeit jeweils vertretener, oder partiell unterstützter Interessen gewinnt, sondern das selbst durch aktive, gestalterische Teilnahme den instrumentellen Zweck⁴³ politischer Kultur fördert.

Public Interest Design – Interessensökologie zwischen moralischem Experiment und ethischem Instrumentalismus

Die Suche nach einer Avantgarde des Bösen verlief (zum Glück) erfolglos. Da menschliches Leid keine Grenzen kennt, lässt sich wohl der Schaden maximieren. Das Böse findet jedoch seine Grenze, wo es keine Interessen, Bedürfnisse oder Werte gibt, die es vereiteln oder verneinen kann. Das Gute dagegen wächst, wenigstens quantitativ, durch die »Erfindung« neuer Werte und erstrebenswerter Ziele, die neue Interessen und neue Möglichkeiten der Interessensverwirklichung hervorbringen.

In einem Akt der Selbstverpflichtung kann sich Public Interest Design die Beförderung der Ausbildung, Aushandlung und Verwirklichung von Interessen zur Aufgabe machen und sich so eine Ethik des Public Interest Design geben. Wie Dewey und Jonas die Interessen alles Organischen zum Ausgangspunkt einer Ethik nehmen, oder Floridi eine Informationsökologie zur Grundlage einer Informationsethik entwickelt, kann Public Interest Design eine Interessensökologie als Wertebereich annehmen. Eine solche Interessensökologie würde die Gemeinschaft aller Träger von Interessen umfassen und könnte neben menschlichen

39 Fezer 2018, S.220.

40 Habermas, Jürgen: Noch einmal: Zum Verhältnis von Moralität und Sittlichkeit. In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie 67 (2019), S.729-743. Hier: S.742.

41 Ebd. Hier: S.741.

42 Arendt 1958, S.443.

43 Vgl. Edel, Abraham: Ethics – A Modest Science? In: Zygon 15 (1980), S.12.

Interessensträgern auch nicht-menschliche Lebewesen als Träger von Interessen und damit moralisch zu berücksichtigende Subjekte einschließen. Aus dieser Setzung gewinnt Public Interest Design ethische Leitplanken:

- Beförderte Interessen müssen damit vereinbar sein, dass auch zukünftig Formen der Interessensbildung und -aushandlung offenbleiben (Jonas, Zukunftsethik).
- Es dürfen keine Interessen befördert werden, die anderen absprechen, überhaupt Interessen zu haben (Arendt, »radical evil«).

Public Interest Design bleibt dabei, wie an anderer Stelle ausgeführt⁴⁴, zwischen zwei Operationsmodi eingespannt. In einem instrumentellen Verständnis seines Auftrags sind Räume der Interessensbildung, Interessensaushandlung und Interessensumsetzung zu gestalten. Dies kann zurückhaltend in der gestalterischen Bereitstellung von Arenen des Interessensaustauschs geschehen, aber auch aktiv in der Ergreifung eigener Positionen im Sinne eines parteiischen Designs.⁴⁵ In einem experimentellen Verständnis ist dagegen gerade der Entwurf von *neuen* Interessen zu erproben: Wie lassen sich Formen der Interessensaushandlung über Speziesgrenzen hinweg gestalten? Reichen Interessen von Menschen über ihren Tod hinaus und sollten daher Formen der digitalen Nachlassverwaltung (Facebook, Instagram etc.) in ihrem Sinne gestaltet werden? Inwieweit können und sollen Interessen zukünftiger Menschen in eine Gestaltung einbezogen werden? Sollten Agenten-Systeme Interessen ihrer BesitzerInnen vertreten dürfen, ähnlich wie Vereine, Firmen und Kooperationen als Juristische Person Interessen zugeschrieben werden?

Was hier, nach einer kursorischen Umschau, als Skizze einer Interessensökologie des Public Interest Design entworfen wurde, soll zur aktiven Auseinandersetzung mit den Zielen und Grenzen einer Ethik des Public Interest Design anregen. Wenn Deweys Zitat vom Eingang dieses Textes ernst genommen wird, dass Demokratie radikal sein muss, da sie sich nur durch ständige Veränderung selbst erhalten kann, ist ein Beitrag zu dieser Aufgabe durch Public Interest Design dringend geboten – und damit auch die Notwendigkeit benannt, dass die Selbstansprüche eines Public Interest Design bezüglich einer Ethik ausformuliert werden.

44 Vgl. Achatz, Johannes: Interessen, Werte und Konflikte. Ethik im Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S.157-173.

45 Vgl. Fezer 2018.

Literatur

- Achatz, Johannes / O'Malley, Martin: The Pragmatism of Applied Ethics. In: Martin O'Malley / Martin Leiner / David Summe / Nikolaus Knoepffler (Hg.), Thüringen: Braucht das Land Versöhnung?, Würzburg 2017, S.153-172.
- Achatz, Johannes: Interessen, Werte und Konflikte. Ethik im Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S.157-173.
- Adam, Alfred: Hölle. In: Joachim Ritter (Hg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Basel 1974.
- Anderson, Michael / Anderson, Susan Leigh: Machine ethics: Creating an ethical intelligent agent. In: AI Magazine 28 (2007), S.15-26.
- Arendt, Hannah: Eichmann in Jerusalem: a report on the banality of evil, New York 1976.
- Arendt, Hannah: The origins of totalitarianism, New York 1958.
- Beck, Ulrich: Eigenes Leben. Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben, München 1997.
- Brenner, Andreas: Leben: eine philosophische Untersuchung, Bern 2007.
- Calder, Todd: The Concept of Evil. In: Edward N. Zalta (Hg.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy 2018.
- Cioran, Emile M.: Vom Nachteil, geboren zu sein, Frankfurt am Main 1979.
- Dewey, John: Democracy is radical (1937). In: Larry A. Hickman / Thomas M. Alexander (Hg.), The essential Dewey: Pragmatism, education, democracy, Bloomington 1998, S.337-339
- Dewey, John: Ethics. In: Jo Ann Boydston (Hg.), The later works 1925-1953. 1932. Carbondale 2008.
- Dewey, John: Experience and Nature. In: Jo Ann Boydston (Hg.), The later works, 1925-1953. 1925, Carbondale 2008.
- Dewey, John: Human nature and conduct. In: Jo Ann Boydston / Murray G. Murphey (Hg.), The middle works 1899-1924. 1922, Carbondale 2008.
- Durande, Marine: Das Menschenwürdekonzept im Rahmen der Europäischen Union. In: Christine Baumbach / Peter Kunzmann (Hg.): Würde - dignité - godność - dignity: die Menschenwürde im internationalen Vergleich, München 2010, S.143-165.
- Edel, Abraham: Ethics - A Modest Science? In: Zygon 15 (1980), S.7-19.
- Etzioni, Amitai / Etzioni, Oren: AI assisted ethics. In: Ethics and Information Technology 18 (2016), S.149-156.
- Fezer, Jesko: Parteiisches Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S.215-225.
- Floridi, Luciano / Sanders, J. W.: Mapping the foundationalist debate in computer ethics. In: Ethics and Information Technology 4 (2002), S.1-9.

Floridi, Luciano: Information Ethics. In: Ders. (Hg.), The Cambridge handbook of information and computer ethics, Cambridge 2010, S.77-97.

Floridi, Luciano: Information Ethics: On the Philosophical Foundation of Computer Ethics. In: Ethics and Information Technology 1 (1999), S.37-56.

Frankena, William K.: Der naturalistische Fehlschluß. In: Günter Grewendorf / Georg Meggle (Hg.), Seminar: Sprache und Ethik. Zur Entwicklung der Metaethik, Frankfurt am Main 1974, S.83-98.

Habermas, Jürgen: Noch einmal: Zum Verhältnis von Moralität und Sittlichkeit. In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie 67 (2019), S.729-743.

Jonas, Hans: Das Prinzip Verantwortung: Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt am Main 1984.

Jonas, Hans: Organismus und Freiheit. Philosophie des Lebens und Ethik der Lebenswissenschaften, Darmstadt 2010.

Kant, Immanuel: Die Religion innerhalb der Grenzen der bloßen Vernunft, Frankfurt am Main 1977.

Kant, Immanuel: Grundlegung der Metaphysik der Sitten, Frankfurt am Main 1977.

Kant, Immanuel: Über ein vermeintes Recht aus Menschenliebe zu lügen. In: Kants Werke, Abhandlungen nach 1781, Berlin 2003, S.423-430.

Knoepffler, Nikolaus: Menschenwürde heute - ein wirkmächtiges Prinzip und eine echte Innovation. In: Ders. / Peter Kunzmann / Martin O'Malley (Hg.): Facetten der Menschenwürde, Freiburg 2011, S.9-30.

Knoepffler, Nikolaus: Würde und Freiheit. Vier Konzeptionen im Vergleich, Freiburg 2018.

Kunzmann, Peter: Die Würde des Tieres - zwischen Leerformel und Prinzip, Freiburg im Breisgau 2007.

Lühr, Rosemarie: Wertbegriffe in indogermanischen Sprachen Europas. In: Christine Baumbach / Peter Kunzmann (Hg.), Würde - dignité - godnosc - dignity, München 2010, S.41-76.

Moore, George Edward: Principia ethica, Cambridge 1993.

Nietzsche, Friedrich Wilhelm: Also sprach Zarathustra (1883), München 1954.

Nietzsche, Friedrich Wilhelm: Jenseits von Gut und Böse (1886), München 1954.

Nietzsche, Friedrich Wilhelm: Zur Genealogie der Moral (1887), München 1954.

Odparlik, Sabine: Die Würde der Pflanze: ein sinnvolles ethisches Prinzip im Kontext der Grünen Gentechnik?, Freiburg 2010.

O'Malley, Martin: A Performative Definition of Human Dignity. In: Nikolaus Knoepffler / Peter Kunzmann / Ders. (Hg.), Facetten der Menschenwürde, Freiburg im Breisgau 2011, S.75-101.

Riedl, Katrin / Jensen, Keith
/ Call, Josep / Tomasello,
Michael: Restorative Justice in
Children. In: Current Biology 25
(2015), S.1731-1735.

Rorty, Richard: Gefangen
zwischen Kant und Dewey: die
gegenwärtige Lage der Moral-
philosophie. In: Deutsche Zeit-
schrift für Philosophie 49
(2001), S.179-196.

Rorty, Richard: Wahrheit und
Fortschritt, Frankfurt am Main
2003.

Singer, Peter: Animal libe-
ration: a new ethics for our
treatment of animals, New York
1975.

Tomasello, Michael: A natural
history of human morality,
Cambridge 2015.

GERHARD SCHWEPPENHÄUSER

Kommunikationsdesign, Ethik und Aufklärung*

* Überarbeitete und erweiterte Fassung eines Vortrags auf dem Symposium »Aktuelle Positionen der Designtheorie« am Department Design der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg, 01.02.2019.

Wer Kommunikationsdesign studiert, steht irgendwann vor der Frage: Womit werde ich dereinst meinen Lebensunterhalt sichern? Eher mit Jobs in der Werbung (bzw. durch die Gründung einer Agentur) – oder eher mit Jobs in den Bereichen Information und Aufklärung (bzw. durch die Etablierung eines Büros)? Die Entscheidung kann dann mit der Frage verbunden sein: Möchte ich Gutes tun oder lieber gut leben? Daraus folgen weitere Fragen. Wenn ich der Ansicht bin, dass ich, um gut zu leben, gut verdienen muss: Wäre ich auch bereit, dafür mitunter eher fragwürdige Mittel für Zwecke einzusetzen, die häufig unethisch sind? Oder wäre ich bereit, auf dieses und jenes zu verzichten, was im Allgemeinen als Bestandteil eines guten Lebens gilt? Und vielleicht nicht nur auf dieses und jenes, sondern auf vieles? Oder kann ich das eine (Gutes tun) mit dem andern (gut leben) verbinden? Sodass sich die Dinge, auch durch mein Tun, mittel- und langfristig zum Guten wenden? Und mein Leben womöglich nicht nur ein gutes, sondern ein gelingendes Leben werden könnte?

I Ethik als Fundierung der Reklame¹

Von Letzterem war kein Geringerer als Erich Kästner überzeugt. Bekanntlich war er von Beruf nicht Kommunikationsdesigner (bzw., wie man damals sagte, Werbefrafer); aber als Gebrauchskünstler hatte er eine Affinität zu Fragen, die sich in diesem Zusammenhang stellen. Kästner schrieb 1930 einen Artikel für die Zeitschrift *Gebrauchsgraphik*, den er, in aller Bescheidenheit, unter dem Titel »Reklame und Weltrevolution« veröffentlichen ließ. In der Terminologie seiner Zeit sprach der Journalist und Bestsellerautor von »Reklame« und »Propaganda«. Empfindsame aus der Branche bevorzugen heute den Ausdruck »Werbung«.² Und genau diese, meinte Kästner, »ist das Medium aller Werte geworden«.³ Der Autor von *Emil und die Detektive* träumte davon, dass Reklame Volkserziehung wird und maßgeblich dabei hilft, die Menschheit moralisch zu erneuern. Werbung (bzw. Reklame oder Propaganda) vermittele Werte: Deswegen solle sie sich auf moralisch relevante Fragen konzentrieren. Dann stünden die Chancen gut, die Welt zu verbessern, denn den Botschaften der Werbung (Reklame/Propaganda) könne sich niemand mehr entziehen. Werbung für den Weltfrieden im 20. Jahrhundert: Darin sah der Erfinder der *Konferenz der Tiere* die »ethische Fundierung des Reklamebegriffs«.⁴

1 Dieser Abschnitt nach: Gerhard Schweppenhäuser / Christian Bauer: Ethik im Kommunikationsdesign. Verständigung, Verantwortung und Orientierung als Kriterien visueller Gestaltung, Würzburg 2017, S.118 ff.

2 »Max Goldt hat mal in einem Text, den ich jetzt auf die Schnelle nicht gefunden habe, singgemäß geschrieben, dass man in Gegenwart von Werbemenschchen [...] im Gespräch [...] immer Reklame statt

Werbung sagen solle.« (<https://bold-ventures.de/magazin/blogguide-warum-bloggen-wir/#gref> (Abruf: 10.10.2020)) Mir geht es wie dem Blogger David Linden: Ich finde den Text von Goldt auch nicht mehr, aber der Gedanke geht mir nicht aus dem Kopf.

3 Kästner, Erich: Reklame und Weltrevolution. In: Ders., Werke Bd.VI, München 2004, S.233-237. Hier: S.237.

4 Ebd., S.235.

Bekanntlich hat Werbung aber die Aufgabe, Aufmerksamkeit zu erregen und Kaufhandlungen auszulösen.⁵ Dies tut sie, indem sie Bedürfnisse und Begierden erzeugt, und zwar solche, die mit Waren befriedigt werden sollen, die am Markt angeboten werden. Richtiges moralisches Handeln lässt nicht »triggern« wie der käufliche Erwerb eines Konsumartikels. Letzteres ist der Zweck von Werbung (Reklame/Propaganda), ihre Mittel sind Überredung, Suggestion und Manipulation. Ein »unmoralisches Angebot« ist dabei in der Regel auffälliger als jedes andere und häufig wirkungsvoller. Wer werblich arbeitet, ist von der Sache her also nicht an moralische Prinzipien gebunden.

Man könnte demnach argumentieren: Wenn Werbung intrinsisch nicht auf Moralnormen verpflichtet ist, dann muss sie von außen kontrolliert werden. So wird bekanntlich auch argumentiert. Noch überzeugender wirkt die Argumentation freilich, wenn sie von Kommunikationsdesigner*innen kommt, denn dann geht es nicht um Kontrolle von außen, sondern um Selbstkontrolle, die aus Selbstreflexion erwächst. Seit Ken Garland 1964 das Social-Design-Manifest »First Things First«⁶ veröffentlicht hat, ist immer wieder gefordert worden, dass Designerinnen und Designer selbst die Kontrolle übernehmen sollten. Nicht, weil sie gleichsam von Natur aus »moralisten«⁷ wären, wie Otl Aicher meinte. Moralisten wollen die [ihrer Ansicht nach verfallenden] Sitten durch Kritik, Praxis, Entwurf und Vorbild beeinflussen; das trifft sicher nicht für alle Kommunikationsdesignerinnen und -designer zu. Aber diese können sich, wie alle Menschen, als Teilnehmende in der gesellschaftlichen Kommunikation an den intrinsischen moralischen Normen des Kommunizierens orientieren. Und sie können ihre Weltbewertungen besonders klar und pointiert artikulieren.

Moralische Haltungen lassen sich, so viel ist sicher, durch Kommunikationsdesign zum Ausdruck bringen und mitteilen. Die Moralisierung des Designs kann allerdings zum Ethik-Überdruß führen. Bislang ist noch jedem Moraltrend ein Gegentrend gefolgt. Gut – meinte Jürgen Siebert kürzlich in der *page* –, dass »die moralischen Manifeste langsam [wieder] vergessen werden«⁸. Im Gegensatz zu Siebert muss man das nicht gut finden. Doch auch

5 »Werbung ist ein Instrument der Absatzförderung [...]: »Jede bezahlte Form der nicht-persönlichen Präsentation und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen durch einen identifizierten Auftraggeber« (Sascha Hertl: Ethik in der Werbung? Eine Auseinandersetzung mit einem ver.di-Werbespot, Marburg 2007, S.39. Das Zitat stammt aus Philip Kotler / Friedhelm Blieml: Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung, Stuttgart 2001, S.882). Im Alltag der Werbeagenturen geraten gestalterische Freiheit und ethische Reflexion bekanntlich häufig in Konflikt. »Die Übertragbarkeit der Ethik in die Praxis ist nur schwer möglich. [...] Somit werden die Handlungen nicht auf ihre moralische Vertret-

barkeit geprüft, sondern [...] der wirtschaftliche Nutzen und der Profit stehen im Vordergrund bei der Bewertung.« (Hertl, ebd., S.42) Individuelle ethische Haltungen, die das Handeln von Gestalter*innen und Marketing-Mitarbeiter*innen leiten, und ethische Leitlinien der Unternehmen und Firmen, die letztlich als Auftraggeber und Ausführende für Werbebotschaften verantwortlich zeichnen, sind häufig nicht kongruent.

6 Garland, Ken: First Things First, 1964; <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/> (Abruf: 01.02.2019).

7 Aicher, Otl: die welt als entwurf, Berlin, S.67.

8 Siebert, Jürgen: Design vs. Moral. In: page 11/2017, S.114.

dann sollte man sich nicht über die Gefahr des Rebound-Effekts täuschen, wenn Designer*innen auf moralische Werte gegen Werbung und Konsum eingeschworen werden sollen. So überzogen Kästners Optimismus war, durch moralisierte Werbung den Weltfrieden erreichen zu können – seine Haltung wirkt cooler als ein ethischer Eifer, weil sie nicht zum traurigen Kampf des letzten Ritters gegen die Allgegenwart werblicher Medien-Windmühlen bläst.

Aber versuchen wir es in Gedanken doch einmal mit einer Position irgendwo zwischen »Reklame und Weltrevolution« [Kästner] und »ein designer ist ein *moralist*« [Aicher]. Vielleicht lassen sich durch ethisch ausgerichtete Werbung [Reklame/Propaganda] ja langweilige Einstellungen in den Menschen erzeugen? Einstellungen, die im Einklang mit moralischer Reflexion und Begründung des eigenen und des gemeinsamen Handelns stehen? So oder so, der springende Punkt ist folgender: Selbst wenn es mit der moralischen Umfunktionierung von Werbung so funktionieren würde, wie Erich Kästner sich das vorgestellt hat: Es wäre moralisch falsch. Denn wer Menschen durch Manipulation an Werte bindet, blockiert ihre freie Entscheidung und instrumentalisiert sie. Von Kant wissen wir, dass es ethisch nicht mit rechten Dingen zugehen kann, wenn Menschen zu bloßen Mitteln degradiert werden. Wir haben jeden Menschen stets auch als einen »Zweck an sich selbst«⁹ zu achten; es ist unethisch, ihn nur als Mittel zu benutzen. Das gilt auch, wenn es um gute Zwecke geht – unmoralische Mittel widersprechen ihnen. Aus der Sicht einer Ethik der Freiheit und Selbstbestimmung dürften Menschen demnach nur durch Information und Aufklärung gewonnen werden. Wenn man sie beeinflussen möchte, dann durch Vernunftgründe, nicht durch Suggestion. Kommunikationsdesign im Rahmen der ethischen Prinzipien, die im Diskurs der Aufklärung gesetzt werden: Das ist gestalterisches Handeln im Sinne von Otl Aicher und im Sinne von Otto Neurath [auf den ich noch zu sprechen kommen werde]. Damit werden auch die Grenzen zur Werbung gezogen. Das »Medium aller Werte«, das Kästner beschworen hat, zehrt nämlich die Werte auf – sofern von ethischen Werten die Rede ist.

II Moralische und ökonomische Werte

Mit der Beobachtung, dass Werbung »das Medium aller Werte geworden« ist, lag Kästner allerdings gar nicht so falsch. In einer Mediengesellschaft ist alles, was ist, zugleich und vor allem auch Sein für anderes. Unser Selbstaussdruck und unsere Mitteilungen sind mediale Aufmerksamkeitserzeuger. Wir stehen unter dem »Zwang [...], sichtbar zu bleiben«¹⁰. In einer warenproduzierenden Gesellschaft müssen alle Werbung für sich machen. Auch die Werte sollen Werbung machen: Als »westliche Werte« werden sie eingesetzt, um unsere Lebensform zu propagieren.

9 Kant, Immanuel: Grundlegung zur Metaphysik der Sitten, BA 66. In: Ders., Werke in sechs Bänden, Darmstadt 1983, Bd. IV, S. 60; siehe ebd., BA 66 f., S. 61.

10 Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 2. Aufl., Opladen 1996, S. 93.

Ein wesentliches Merkmal ›unserer‹ Lebensform ist aber die ökonomische Austauschbarkeit des Einzelnen, egal, ob Naturwesen oder Artefakt. Am Markt lassen sich vernünftige Kaufentscheidungen treffen. Man kann Produkte, die unter ethisch nicht zu rechtfertigenden Bedingungen hergestellt werden oder umweltschädlich sind, zurückweisen. Aber der Markt als solcher kann solche Entscheidungen weder fundieren noch zielgerichtet herbeiführen. Denn für die kapitalistische Marktwirtschaft sind nicht moralische Werte ausschlaggebend; noch nicht einmal die Gebrauchswerte von Waren sind es, sondern allein deren Tauschwert.

Dass sich über den Markt moralisches Verhalten auslösen, fördern und steuern lasse, ist eine Illusion, der sich in den 1990er Jahren nicht wenige Philosoph*innen hingaben, die meinten, dem globalen Sieg der liberalkapitalistischen Ökonomie sei ein hoffnungsvoller Sinn abzugewinnen.¹¹ Im Unterschied zu diesen und zu vielen gegenwärtig verbreiteten Ansätzen war die Kapitalismuskritik von Karl Marx nicht ethisch motiviert. Sie setzte nicht bei moralischen Bewertungen sozialer Ungleichheit von Eigentum und Anerkennung an, sondern mit der Analyse der inneren Widersprüche der modernen industriekapitalistischen Produktionsweise. Ihre ethische Neutralität auf dieser Ebene macht Marx' Analyse im hier verhandelten Zusammenhang besonders nützlich.

Der Zweck von Waren ist es, auf Märkten getauscht zu werden. Dass sich mit Waren Bedürfnisse des Gebrauchs befriedigen lassen, ist nur nebenher von Bedeutung – aber irgendeine Art von Gebrauchswert müssen sie haben, weil sie sonst nicht gekauft würden. Doch worin der Gebrauchswert konkret besteht, ist nebensächlich. Er kann auch darin bestehen, dem Nachbarn zu imponieren, indem man sich alle zwei Jahre ein neues SUV kauft und von aufwändigen Fernreisen berichtet, oder darin, mit den Klassenkamerad*innen mitzuhalten, indem man die Eltern dazu bringt, einem jedes Jahr ein neues Mobiltelefon der richtigen Marke zu kaufen. Dass dieser Gebrauchswert ethisch und ökologisch ruinöse Folgen hat, spielt wirtschaftlich keine Rolle.

Der Markt ist die Sphäre, in der sich der Mehrwert von Waren durch Verkauf zu realisieren hat, welcher bei ihrer Produktion entsteht, indem den Bestandteilen des Produkts per lebendiger Arbeitskraft unbezahlte Mehrarbeit hinzugefügt wird. Die Eigentümer der Produktionsmittel kaufen denjenigen, die nichts anderes zu verkaufen haben als ihre Arbeitskraft, diese als Ware ab. Die Ware Arbeitskraft wird zu ihrem Tauschwert gekauft, doch sie hat einen Gebrauchswert, den keine andere Ware sonst besitzt: Sie kann Mehrwert entstehen lassen. »Dass die Arbeitskraftbesitzer durch ihre Arbeit einen größeren Wert bilden, als sie in Gestalt des Lohns erhalten«¹², ist nach Marx' Analyse die Voraussetzung für die Schaffung von Mehrwert. Je moderner, maschinisierter und rationalisierter die Produktion jedoch ist, desto kleiner wird (im gesellschaftlichen Durchschnitt) der Mehrwertanteil, der

11 Vgl. Siehe dazu Horster, Detlef: Markt und Moral. In: Ders., Politik als Pflicht. Studien zur politischen Philosophie, Frankfurt am Main 1993, S.72-83.

12 Heinrich, Michael: Grundbegriffe der Kritik der politischen Ökonomie. In: Michael Quante / David P. Schweikard (Hg.): Marx-Handbuch. Leben - Werk - Wirkung, Stuttgart 2016, S.173-193. Hier: S.175.

auf die einzelne Ware entfällt. Gleichwohl können die Eigentümer der Produktionsmittel nicht darauf verzichten, die Produktionsvorgänge fortwährend zu modernisieren und zu rationalisieren. Dadurch kann weniger Lohn gezahlt werden; Das macht die Produktion »produktiver«. Doch zugleich entfällt, wie gesagt, auf die einzelne produzierte Ware ein geringerer Mehrwertanteil, wenn weniger Arbeitszeit gebraucht wird, um sie zu fertigen. Daher müssen Kapitalinvestoren immer mehr Waren produzieren und auf den Markt werfen, wenn sie ihr Ziel erreichen wollen, und das besteht selbstverständlich nicht nur in der Amortisierung des investierten Kapitals, sondern in dessen ständiger Akkumulation. Der Analyse von Marx zufolge ist Kapital nichts anderes als »Wert, der vorgeschossen wird, um sich zu vermehren«¹³, und der Markt wird zum Umschlagplatz im Zyklus einer permanenten Überproduktionsökonomie.

Dass mehr produziert wird, als Menschen ge- und verbrauchen (können), ist, wie angedeutet wurde, in der sinkenden Menge Mehrwert im einzelnen Produkt begründet, der gegebenenfalls am Markt realisiert werden kann. Es ist nicht in moralischer Gedankenlosigkeit oder Verkommenheit der Akteure begründet. Die permanente Überproduktionsökonomie führt zu immer wiederkehrenden Wirtschaftskrisen. In denen entscheidet sich, welche Eigentümer im Feld des industriell-militärischen Komplexes wirtschaftlich überleben und welche ihre Zahlungen einstellen müssen (vulgo: Pleite machen). Eine Zeit lang werden sich Extraprofite erzielen lassen, wenn Medienpropaganda Stimmung für den Kauf von Produkten schafft, die ethisch und ökologisch vergleichsweise unbedenklich erscheinen (im Gegensatz beispielsweise zu kostengünstiger Kleidung, die in Sweatshops hergestellt wird, Fahrzeugen mit CO₂-intensiven Verbrennungsmotoren oder Elektrorollern). Doch wenn die Zeit solcher Extraprofite vorbei ist, wird das Kapital in andere Produktionszweige investiert (oder es wird der Versuch gemacht, ökologisch schädliche Produkte kontrafaktisch als Essentials eines grünen Wirtschaftswachstums zu propagieren).

Der gut begründete Designerstandpunkt, sich Überflüssigem zu verweigern, konfliktiert daher mit dem ökonomischen Überlebensprinzip. Klaus Klemp hat kürzlich den Designerstandpunkt bündig zusammengefasst: »Überflüssige und falsche Produkte brauchen wir nicht mehr, wir können sie uns auch gar nicht mehr leisten. Die Zukunft liegt in sinnvollen und umweltverträglichen Produkten und Dienstleistungen.«¹⁴ Das ist normativ völlig richtig. Die zukünftige Lebensqualität der Menschen auf diesem Planeten wird mittelbar auch davon abhängen, ob es gelingt, sich von den Diktaten einer Ökonomie zu befreien, in der, beispielsweise, parfümiertes Toilettenpapier oder Medienberichte über kulturindustriell aufbereitete Propagandaveranstaltungen der Automobilindustrie (»Formel-1-Rennsport«) als sinnvolle Produkte erscheinen können.

Deskriptiv und prognostisch werden jedoch Aussagen recht behalten, die in eine andere Richtung gehen. Große Bereiche der Warenproduktion werden die einschlägigen

13 Ebd.

14 Klemp, Klaus: Otl Aicher und Alexandre Wollner - Branding hoch zwei, <https://www.tbobm.com/brandsetter-wollner/> (Abruf: 10.10.2020), S.25.

designethischen und wachstumskritischen Überlegungen ignorieren. Andere werden den vermeintlich gegebenen Auslegungsspielraum ausschöpfen, um Elektroroller und höher bepreisten Ferntourismus als ›umweltverträglich‹ und neue Waffentechnologien als ›sinnvoll‹ auszuweisen. Moralisch und ökologisch können sich aufgeklärte Gesellschaften solche Produkte und Dienstleistungen in der Tat ›nicht mehr leisten‹. Aber eine Ökonomie, die den Spielregeln der Konkurrenz und des Wachstums zu gehorchen hat, wird sich nicht leisten können, darauf zu verzichten, sie anzubieten und ihren Markterfolg mit medialer Hilfe durchzusetzen.

Daher dürften sich im Übrigen diejenigen Ansätze als wenig aussichtsreich erweisen, die nicht den marktwirtschaftlich mediatisierten Industriekapitalismus per se infrage stellen, sondern das Kauf- und Konsumverhalten der Individuen. Der Volkswirt Niko Paech fordert eine Postwachstumsökonomie, in der zwischen »essentiellen Bedürfnissen, die wir nicht antasten sollten«, und »dekadentem Luxus«¹⁵ unterschieden werden sollte, damit wir diesem eine Absage erteilen und uns auf unsere »Grundbedürfnisse«¹⁶ konzentrieren können. Paech fordert Wirtschaft ohne Wachstum durch Reduktion, die sofort anfängt, indem wir unseren »Lebensstil« ändern, was durch »Lebensstilpolitik«¹⁷ unterstützt werden solle. Wenn aber solche Politik das Privateigentum an den Produktionsmitteln und die sich daraus entwickelnde kapitalistisch-marktwirtschaftliche, auf permanentes Wachstum angewiesene Wirtschaftsweise nicht antasten würde, dann müsste sie sich einerseits als Zwangssystem betätigen, das die Menschen in ihrem Herrschaftsbereich beständig kontrolliert, und andererseits ein Reparatur- und Rettungssystem werden, das die Lücken finanziell füllt, die eine auf Wachstum ausgelegte Ökonomie kollabieren ließen, wenn sie nicht ständig und in alle Richtungen wachsen darf.

Vorausgesetzt, die Analyse der Genese des Mehrwerts und der strukturellen Überproduktionskrise schließt die Konditionen treffend auf, zu denen Güter- und Dienstleistungen gemäß den Erfordernissen der Warenform in einem mittlerweile globalisierten Prozess der Verwertung des Werts produziert werden: Dann ist Folgendes festzuhalten. Die gegenwärtigen Lebens- und Arbeitsformen – die Ressourcen vernichten, natürliche Grundlagen der Reproduktion irreversibel beschädigen und dabei dem allergrößten Teil der Weltbevölkerung bei Weitem nicht die Chancen zur Selbstverwirklichung bieten, die im Hinblick auf den hohen Entwicklungsstand der Produktivkräfte möglich sein müssten, ja, viel zu vielen kaum ein menschenwürdiges Dasein erlaubt – diese Lebens- und Arbeitsformen gehen ursächlich nicht auf Einstellungen und Handlungsentscheidungen von Individuen zurück, die durch vernünftige Überlegung zu revidieren wären. Sie gehen ursächlich auf Lebens- und Arbeitsbedingungen zurück, die gesetzt werden durch das kapitalistische Produktionsverhältnis und die Versuche, es über Herrschaft und Politik zu leiten, zu managen, zu regulieren und zu kompensieren.

In einer Angebotsökonomie sind widerständige Handlungsmöglichkeiten, die deren Geschäftsgrundlage (also das Privateigentum an den Produktionsmitteln) nicht grundsätz-

15 <https://www.3sat.de/kultur/kulturzeit/gespraech-niko-paech-100.html> (Abruf: 10.10.2020).

16 Ebd.

17 Ebd.

lich infrage stellen, begrenzt. Fänden Konsumboykotte in nennenswertem Umfang statt, würden sie tendenziell zum schnelleren Eintritt wirtschaftlicher Krisen und damit zur Vermehrung von Pleiten führen. Die Tatsache, dass Konsumboykotte in den Medien nicht als Option dargestellt werden, lässt den Rückschluss zu, dass die Aufgabe der Medien objektiv darin besteht, den Menschen zu versichern, dass Konsumboykotte innerhalb einer industriekapitalistischen Marktwirtschaft keine Option sein dürfen. Zumal, wenn diese Marktwirtschaft als nationale verstanden wird, die in der Weltmarktkonkurrenz nicht ins Hintertreffen geraten dürfe. Werbung/Reklame hat in dieser Angebotsökonomie, wie gesagt, die Funktion, ständig Nachfrage(n) für Produkte zu schaffen, die hergestellt werden zu dem Zweck, gekauft zu werden – gleichgültig, ob Menschen sie brauchen oder nicht oder ob die natürlichen Lebensgrundlagen der Menschheit dadurch gefährdet werden.

Die heute gern beschworenen ›westlichen Werte‹ sind die des liberalen Kapitalismus der frühen Moderne; das Recht auf Eigentum ist die Grundlage der Menschenrechte. In der *Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte* von 1948 wird der Schutz des Privateigentums zwar erst in Artikel 17 ausdrücklich angeführt; aber logisch liegt der liberale Eigentumsgeanke der bürgerlichen Emanzipation zugrunde, und historisch steht er an ihrem Beginn.¹⁸ Erst als wirtschaftliches Subjekt des freien Tauschs darf der Mensch politisches Subjekt werden. Die Idealnorm freier Marktgesellschaften ist die uneingeschränkte gewinnorientierte Herstellung von Tauschwaren. Gegen die hieraus folgende universale Austauschbarkeit von allem und jedem ist daran zu erinnern, dass die moralische Unaustauschbarkeit alles Einzelnen zu respektieren wäre. Das markiert die ethische Grenze der produzierenden und werbetreibenden Wirtschaft.

III Ästhetik und Information

Aber treten wir einen Schritt zurück und fragen grundsätzlich, ob der Werbung die marktwirtschaftlich unerlässliche Konsumentenbeeinflussung denn überhaupt gelingen kann. Kann Werbung Gefühle, Gedanken und Begierden wirklich bestimmen? Lässt sich der käufliche Erwerb eines Konsumartikels tatsächlich ›triggern‹? Kann die AIDA-Formel aus der Zeit des Hochkapitalismus, mit der heute immer noch gearbeitet wird, mehr bewerkstelligen als ihr erstes A, also *attention*, Aufmerksamkeit erregen? Folgt aus der Aufmerksamkeit das I(nteresse)? Gelingt die Erzeugung von D(esire), entsteht das Verlangen, die Begierde? Und

18 ›Die liberalen Menschenrechte wurden vom Bürgertum erkämpft, und das Bürgertum war auch ihr hauptsächlichlicher Nutznießer. Denn die Aufhebung aller ständischen Schranken, die Bauernbefreiung und die Einführung der Gewerbefreiheit förderten in erster Linie die wirtschaftlichen Interessen des Bürgertums. Die bürgerliche Revolution verhalf der industriellen Revolution zu einem durchschlagenden Erfolg. Der Staat

wurde aus dem Wirtschaftsleben zurückgedrängt; er hatte lediglich für günstige Rahmenbedingungen (Beiseitigung von Handelshemmnissen, Garantie der Rechtssicherheit, Ausbau der Verkehrswege usw.) zu sorgen.« (Herrmann, Axel: Kampf um die Menschenrechte, Bundeszentrale für politische Bildung, 11.03.2008; <https://www.bpb.de/izpb/8325/kampf-um-die-menschenrechte?p=all> (Abruf: 10.10.2020))

selbst wenn dies alles im Einzelfall mit »ja« beantwortet werden könnte, ist keineswegs gewährleistet, dass das zweite A eintritt, dass also die *action* als Kaufhandlung wirklich erfolgt. Bis heute sind die ausgefeilten Begründungen, mit denen in der Branche horrenden Werbeetats gerechtfertigt werden, nicht sehr viel wissenschaftlicher als Voodoo-Praktiken. Daran hat auch das mit viel Vorschusslorbeeren begleitete Neuro-Marketing nichts geändert. Nach wie vor lässt sich nicht schlüssig nachvollziehen, warum Probanden sich für den Kauf der Zahncreme in der blauen Tube und nicht für die in der weißen Tube entschieden haben. Es ist schlicht nicht möglich, ausreichend Daten zu erhalten. Und das ist am Ende auch eine gute Nachricht für die Werbebranche, denn wenn sich Kaufentscheidungen und Handlungen determinieren ließen, müsste man sich ja nicht ständig etwas Neues einfallen lassen, um das vielleicht irgendwie doch bewerkstelligen zu können.

Niklas Luhmann meinte, Werbung schafft die Illusion, dass dasselbe gar nicht dasselbe ist, sondern immer etwas Neues. So entstehe »eine Art beste der möglichen Welten mit so viel Ordnung wie nötig und so viel Freiheit wie möglich. Die Werbung macht diese Ordnung bekannt und setzt sie durch.«¹⁹ Nicht der messbare Markterfolg ist entscheidend, sondern ihr schöner Schein. Werbung ist nicht moralisch legitim, aber sie ist ästhetische Rechtfertigung der Einrichtung der Welt. Nietzsche meinte: »nur als ästhetisches Phänomen ist das Dasein und die Welt ewig gerechtfertigt.«²⁰ Luhmann wiederum erkannte hinter der »schönen Form« der Werbung die »Funktion des Unkenntlichmachens der Motive« und folgerte trocken: »Gute Form vernichtet Information.«²¹

Der Ästhetizismus der Werbewelt stößt allerdings auf Widerspruch, wenn er Themen eingemeindet, die als nicht verhandelbar gelten: Themen, über die es Konsens gibt, dass sie nicht in Warenform gebracht werden dürfen.

»Werbung« für Schwangerschaftsabbrüche ist hierzulande strafbar. Auch die Information, dass eine Arztpraxis oder eine Klinik sie im Angebot hat? Wo verläuft eigentlich die Demarkationslinie zwischen Werbung und Information? Gibt es überhaupt noch eine? Ein führender Lebensmitteldiscounter hat sie mit dem Slogan »Aldi informiert« ja schon vor Jahren verwischt. Auch die Politik möchte hier nicht scharf unterscheiden. Anlässlich des Streits um Paragraph 219a Absatz 1 des Strafgesetzbuches im Deutschen Bundestag wollte die FDP vor noch nicht so langer Zeit das »Werbeverbot für Schwangerschaftsabbruch«²² einschränken, nur »grob anstößige Werbung« solle verboten werden. Die Grünen wollten es aufheben, »sachliche Informationen« sollten »öffentlich zugänglich« sein. Auch die Linke forderte: Informationen dürften nicht »in grob anstößiger Weise« vermittelt werden. Nach der Bundestagsdebatte meldete die *Süddeutsche Zeitung* im Dezember 2018 aus Berlin:

19 Luhmann 1996, S. 94.

20 Nietzsche, Friedrich: Die Geburt der Tragödie aus dem Geist der Musik. Oder: Griechentum und Pessimismus. In: Ders., Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe, München 1980, Bd. 1, S. 9–156. Hier: S. 47.

21 Luhmann, 1996, S. 87.

22 Dieses und die folgenden Zitate nach: Deutscher Bundestag, Kontroverse um Werbeverbot für Schwangerschaftsabbruch, <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2018/kw08-de-stgb-schwangerschaftsabbruch/542312> (Abruf: 10.10.2020). Die FDP-Fraktion wollte »eine

»Kompromiss in der großen Koalition: Werbung für Abtreibungen soll prinzipiell verboten bleiben«. Information also auch?

IV Kommodifizierung der Information

Zurück zur Ausgangsfrage. Auch Kommunikationsdesigner*innen, die sich für den Schwerpunkt Information entscheiden, werden nicht immer nur mit Aufträgen und Projekten zu tun haben, in denen es wirklich um Aufklärung geht. Der Wettkampf um Aufmerksamkeit verleitet zu verlockenden Inszenierungen. Informationen und Kommunikationen sind in der digitalen Sphäre per se als Waren relevant. Wichtiger als der äußere Umstand, dass sie käuflich zu erwerben sind, ist ihre innere Form, also die Warenform. Als Waren folgen Kommunikationen und Informationen dem Gesetz der Verwertung des Werts, der zu ihrer Produktion investiert worden ist. Wirtschaftlich relevant sind sie, sofern sie einen Tauschwert haben. Ihr Gebrauchswert ist die austauschbare Grundlage für seine Realisierung.

Es muss zunehmend mehr Informationen geben, egal, wozu jemand sie braucht. Der ökonomische Zweck regiert die Mittel, in diesem Fall: die Medien der digitalen Technik. Mit dem massenhaften Zugang zu medialen Produktionsmitteln durch digitale Endgeräte wird die Kultur sozusagen an der Basis ökonomisiert, aber zugleich wird auch das Zusammenleben (und mit ihm seine wirtschaftliche Basis) kulturalisiert. Wenn alle die neuen mikroelektronischen Produktions- und Kommunikationsmittel verwenden, wird Kommunikation durch und durch in Warenform gebracht. Unterhaltungsindustrie und Bildungsindustrie schaffen einen Massenmarkt für digitale Dienste und Geräte. Grundständige und höhere Bildungsinstitutionen wirken (ob mit oder ohne direkte Einwirkung des Bertelsmann-Konzerns und seiner Stiftung) als getriebene Treiber daran mit. Mit der digitalen Bildungsoffensive der Gegenwart wird die Sorge um Markttauglichkeit und Wettbewerbsfähigkeit der kommenden Generation privatisiert. Soziale Massenmedien eröffnen einen symbolischen Handlungsraum, aber nicht als freundliche Einladung, die man auch ablehnen kann. Wer bei der Umgestaltung von Arbeitsleben und Privatleben im Plattformkapitalismus und beim neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit durch die Social Media nicht mitmacht, bleibt außen vor, wird aussortiert und ausgegrenzt.

Mikroelektronische, digitale Produktionsmittel haben ein Wunderland neuer Kommunikationsmöglichkeiten erschlossen, eine neue Welt für das (Kommunikations-)Design. Im Informationskapitalismus der Gegenwart scheint die Wertschöpfung zunehmend aus der

>Einschränkung des Verbots der Werbung für Schwangerschaftsabbrüche«; Grüne und Linke wollten »den Straftatbestand aufheben.« Die FDP wollte, »dass nur noch grob anstößige Werbung unter Strafe gestellt wird.« Die Grünen wollten »Ärztinnen und Ärzten ermöglichen, [...] sachliche Informationen über legale Schwangerschaftsabbrüche öffentlich zugänglich zu machen [...]. Die Frak-

tion will den Paragraphen 219a des Strafgesetzbuches daher aufheben und Werbung für Schwangerschaftsabbrüche entkriminalisieren.« Wenn es nach der Linksfaktion gegangen wäre, würde sich nur noch strafbar machen, »wer >des Vermögensvorteils wegen oder in grob anstößiger Weise« die Durchführung eines Schwangerschaftsabbruchs anbietet.«

»Organisation von Daten, der Orchestrierung des Zugangs zu Wissen und der Kapitalisierung desselben« hervorzugehen, schreibt Timo Daum.²³ Es scheint, als würde die traditionelle industrielle Produktion immer unbedeutender. Google, Facebook, Uber und Konsorten schaffen eine neue Datenindustrie, die »Reichtum durch die algorithmische Analyse von Daten und deren Verwertung«²⁴ generieren will.

Shoshana Zuboffs Analyse der Datenvermarktung hat diese neue Welt in einem neuen Licht gezeigt. Der Informationskapitalismus hat sich in einen »Überwachungskapitalismus« verwandelt. Seit Anfang dieses Jahrtausends haben sich die »mörderischen Sparmaßnahmen einer neoliberalen Wirtschaftspolitik« mit »einem Jahrzehnt explosiven digitalen Wachstums«²⁵ verbunden. »Informations- und Kommunikationstechnologien erreichen heute drei der sieben Milliarden Erdbewohner und sind damit weiter verbreitet als selbst die Elektrizität.«²⁶ Mikroelektronisch-digitale Technologien stellen neue technische Mittel für neue wirtschaftliche Zwecke bereit. Anbieter von Suchmaschinen und Kommunikationsplattformen verlangen von ihren Nutzerinnen und Nutzern kein Geld, aber sie machen aus ihnen »Mittel zum Zweck der Datenextraktion«²⁷. Die Plattformen, Algorithmen und ihre Maschinenintelligenz folgen den »ökonomischen Imperative[n] des Überwachungskapitalismus«²⁸. Sein Wertschöpfungsmodell ist die Exploitation persönlicher Daten, aus denen man Verhaltensmuster erkunden und Vorhersagen über individuelles Verhalten machen kann. Geld wird verdient durch den Handel mit den Spuren, die Menschen im Netz hinterlassen. Anhand von Internetsuchen, Kommunikationsvorgängen und Bezahlssystemen im Netz sowie anhand von geografischer Lokalisierung können »Verhaltensdaten« abgeschöpft werden. Damit kann man sich »Versorgungsrouten« für den Datenhandel sichern, die »an Überwachung gebunden[...]«²⁹ sind. Unsere Interessen, Suchen, Erlebnisse, Begegnungen, Kontakte und Kommunikationen sind also Rohmaterial. Man eignet sich Erfahrungen von Menschen an und verarbeitet sie zu recht präzisen »Vorhersageprodukten« weiter, die der werbetreibenden Wirtschaft verkauft werden, damit man dort »erahnen« kann, was diese Menschen »jetzt, in Kürze oder irgendwann tun«³⁰. Solche Produkte mit prognostischer Qualität werden auf einem massiv deregulierten »Marktplatz für Verhaltensvorhersagen« »gehandelt«³¹, der eine deutliche Tendenz zur Monopolbildung zeigt. Über den Handel mit Vorhersageprodukten hinaus sind die Akteure des sogenannten Überwachungskapitalismus auch in der Lage, unser zukünftiges Verhalten »in einer wirtschaftlichen Größenordnung auszuformen«³². Dafür werden demokratische und rechtliche Grenzen umgangen oder gleich ganz abgebaut. Die Digitalisierung rüttelt am überlieferten Fundament der politischen Willensbildung und bringt hergebrachte Rechtsvorstellungen ins Wanken.

23 Die künstliche Intelligenz des Kapitals, Hamburg 2019.

24 Wimmer, Christopher: »Du lebloses, verdammtes Automat!« (<https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/du-lebloses-verdammtes-automat> (Abruf: 10.10.2020))

25 Zuboff, Shoshana: Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus, Frankfurt am Main, New York 2018, S. 45.

26 Ebd., S. 18.

27 Ebd., S. 159.

28 Ebd., S. 318.

29 Ebd., S. 159.

30 Ebd., S. 22.

31 Ebd.

32 Ebd., S. 23.

»Mit Google und Facebook ist die Plattform zum ökonomischen Paradigma geworden«, stellt Christoph Türcke fest.³³ Das gilt nicht nur für Dienstleistungen, sondern auch für die Produktion. »Wo immer es gelingt, herkömmliche Firmen wie Plattformen zu organisieren, winkt riesiger Geschäftserfolg«³⁴. Dank mikroelektronischer Revolution können immer mehr Tätigkeiten daheim ausgeübt werden: Das Smartphone »gehört den allermeisten Beschäftigten ebenso signifikant an wie einst dem Bauern Pflug und Hacke und dem Schmied Hammer und Amboß«³⁵. Smartphones sind nicht nur Kommunikationsmittel, sondern auch Produktionsmittel, die den Arbeitenden gehören. »Und wer in der eigenen Wohnung für eine Firma Daten verwaltet oder Software entwickelt, verrichtet wieder Heimarbeit, wie es Weber und Uhrmacher taten, als sie noch nicht in Manufakturen, sondern zu Hause saßen und für größere Auftraggeber, sogenannte Verleger, produzierten. Auf High-Tech-Niveau kehren früh-, ja geradezu vorkapitalistische Verhältnisse zurück.«³⁶ Arbeit und Freizeit, die Firma und die eigene Wohnung, der öffentliche Raum und die Privatsphäre – Bereiche, die bislang als getrennt erlebt wurden, vermischen sich. Schon bald wird »das Leben außerhalb«³⁷ der großen Plattformen nicht mehr denkbar sein: Soziale Interaktionen, Bezahlvorgänge, Verwaltungsdienstleistungen und dergleichen funktionieren nur noch, wenn wir uns sozusagen unter dem Banner einer der großen Plattformen versammeln, wenn wir Mitglieder des Google-Clans oder des Facebook-Clans werden (oder wer auch immer in Zukunft der Marktführer sein wird). Das Leben außerhalb der digitalen Netzwerke, meint Türcke, wird »eine soziale Wüste«³⁸ werden, in der es keiner lange aushält.

V Digitale Mündigkeit und solidarische Dialoge

An der Zeit wäre die Arbeit am Projekt einer digitalen Mündigkeit als neuer Haltung von Kommunikationsdesigner*innen – gegen die faktische Entmündigung durch die Big Player im Plattform- und Überwachungskapitalismus. Digitale Mündigkeit wäre die Rückgewinnung des öffentlichen Raums für eine demokratische Gestaltung des gesellschaftlichen Lebens.

In den »Denkfabriken« der Industrie wird Kommunikation auf die Vernetzung digitaler Endgeräte reduziert. Das e-bike beispielsweise soll zum i-bike werden, zum »intelligenten« Werk- und Fahrzeug: digital aufgerüstete Fahrräder als Kommunikationsmedien und Kontrollinstrumente im alltäglichen Konkurrenzkampf.³⁹ Die nötige Infrastruktur dafür hat

33 Türcke, Christoph: Digitale Gefolgschaft. Auf dem Weg in eine neue Stammesgesellschaft, München 2019, S. 40.

34 Ebd., S. 42.

35 Ebd.

36 Ebd.

37 Ebd.

38 Ebd.

39 »Verbunden über eine App auf dem Smartphone ließen sich [...] denkbar einfach Fahrprofile für Sportler erstellen, die nicht nur Strecken per GPS planen können, sondern

natürlich auch Leistungsparameter wie Geschwindigkeit oder zurückgelegte Strecke speichern und auswerten. Dies dürfte insbesondere auch die Krankenkassen hellhörig werden lassen. Denn die persönlichen Leistungsdaten sind für Versicherer selbstverständlich interessant.« (»Fahrrad digital: Sicher durch die Straßen mit dem Smart Bike«; <https://digital-age.net/2017/01/17/fahrrad-digital-zielsicher-durch-die-strassen-mit-dem-smart-bike/> (Abruf: 10.01.2020))

»die moderne Staatsgewalt«⁴⁰ sicherzustellen, die die Interessen der Eigentümer der Produktionsmittel vertritt. In der Digitalen Agenda für Deutschland macht die Bundesregierung entsprechend Propaganda: »Mit der Digitalen Agenda 2014–2017 hat sich die Bundesregierung das Ziel gesetzt, Deutschland zum digitalen Wachstumsland Nr. 1 in Europa zu machen.«⁴¹ Und in diesem Rahmen haben Kommunikationsgestalter*innen als Promoter der IT-Branche zu wirken.

Im Sinne eines aufklärenden Kommunikationsdesigns wäre jetzt das Potenzial dialogisch-universaler Verständigung zu artikulieren; ein Potenzial, das medial möglich wird, aber auf seine Realisierung wartet. Öffentliches Potenzial wird blockiert durch private Aneignung des Mehrwerts, der unter Anwendung von Medien produziert wird. Angesichts des »Zwangszusammenhangs« einer Gesellschaft, die sich der kapitalistischen Verwertungslogik unterwirft, sollten wir »auf die Strategie der Aufklärung zurückgreifen«⁴². Der Philosoph Günther Mensching hat diese Strategie folgendermaßen beschrieben: durch »Veränderung des Bewußtseins«, durch »Beseitigung von Vorurteilen im weitesten Sinne die Voraussetzung für die universale intersubjektive Kommunikation der menschlichen Gattung [...] schaffen«⁴³. Die Philosophie der Aufklärung hat »Modelle herrschaftsfreier Intersubjektivität«⁴⁴ entwickelt, die nach wie vor aktuell sind. Sie gehen davon aus, dass es »die Möglichkeit von Autonomie« gibt, »die sich in solidarischem Dialog entfalten könnte«⁴⁵. Solidarische Dialoge sind die Voraussetzung für Widerstand gegen Totalvergesellschaftung durch ökonomische Verwertung.

Kommunikationsdesign, das ist meine These, sollte zum Medium solidarischer Dialoge werden. Einst als Distributionsbeschleuniger für die Warenzirkulation eingeführt, kann Kommunikationsdesign Beiträge zur De-Kommodifizierung der Lebenswelt leisten. Dies ist in seiner Geschichte mehr als einmal unter Beweis gestellt worden. Otto Neurath wollte über Informationsdesign – die gestaltete Übersetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden der Erkenntnisgewinnung – dazu beitragen, dass soziale Beziehungen vernünftiger gestaltet werden, als es zu den Konditionen des industriellen Kapitalismus und seiner politisch-militärischen Sicherstellung der Fall sein kann. Erkenntnisse und Informationen, aus denen sich Erkenntnis gewinnen lässt, sollten in Formen kommuniziert werden, die es gewährleisten würden, dass diejenigen sie sich aneignen, die ein Interesse daran haben, dass die gesellschaftlichen Verhältnisse gerechter eingerichtet werden.⁴⁶

40 Marx, Karl / Engels, Friedrich, Werke, Bd.4, Berlin 1983, S.464.

41 Die Bundesregierung: Legislaturbericht Digitale Agenda 2014-2017, Broschüre hg. von den Bundesministerien des Innern, für Wirtschaft und Energie u. für Verkehr und digitale Infrastruktur, o. O. u. J., S.17.

42 Mensching, Günther: Totalität und Autonomie. Untersuchungen zur philosophischen Gesellschaftstheorie des französischen Materialismus, Frankfurt am Main 1971, S.14.

43 Ebd.

44 Ebd.

45 Ebd., S.231.

46 Zu Neurath siehe Johan F. Hartle: Abbildlichkeit und Transparenz der Zeichen. Otto Neuraths sozialdemokratische Bildpolitik. In: Gerhard Schweppenhäuser (Hg.), Handbuch der Medienphilosophie, Darmstadt 2018, S.137-143 sowie Gerhard Schweppenhäuser, Kommunikationsdesign und visuelle Dialektik der Aufklärung. In: Ders., Design, Philosophie und Medien. Perspektiven einer kriti-

Der Zugang zu Informationen wird zwar immer weniger durch (Bildungs-) Privilegien reguliert, doch die praktische Umsetzung von Informationen in Erkenntnisse und selbstbestimmtes, gemeinsames Handeln wird behindert, weil Menschen mit Informationen überflutet werden und einander damit überschütten. Dies kann als Folge der Technologien der Informationsproduktion angesehen werden; ich sehe es hingegen als Folge der Form an, in der Informationen vermarktet werden. Die Warenform der Informationen verlangt, unter dem Aspekt des Tauschwertes, universale Verbreitung, ständigen Erwerb und rastlosen Konsum. Ihr Gehalt verlangt nach etwas anderem: danach, begriffen und handlungsorientiert angeeignet zu werden. Darin besteht ihr Gebrauchswert, der freilich im Verwertungsprozess nur nebenher mitläuft.

Wir brauchen eine befreiende digitale Agenda – nicht bloß eine »für Deutschland«, sondern für ein grenzüberschreitendes, verständigungsorientiertes Kommunikationsdesign. Das Ziel sollte Selbst-Verständigung durch Fremd-Verstehen und Selbst-Bestimmung in selbstbestimmter Interaktion mit anderen sein. Informationen sind so zu gestalten, dass es möglich wird und naheliegend ist, sie nicht nur unter dem Aspekt ihres Tauschwertes zu verwenden, sondern über sie die Erfahrungs-, Spiel- und Handlungsräume für gesellschaftliche Dialoge zu erweitern. Es darf nicht sein Bewenden damit haben, dass »Dialogpost« heute lediglich der Name für Reklamezuschriften ist und »pubblicità«, wie im Italienischen, lediglich ein anderes Wort für Marketing.

schen Entwurfs- und Gestaltungs-
theorie, Wiesbaden 2019, S.95-110.
Zur Aktualisierung von Neuraths
Ansatz im Informationsdesign der
Gegenwart siehe Martini, Benedikt:
Manipulation oder Information?
Politisches Kommunikationsdesign in
der »Postdemokratie«, Hamburg 2017.

Literatur

Aicher, Otl: die welt als entwurf, Berlin 1991.

Die Bundesregierung: Legislaturbericht. Digitale Agenda 2014-2017, Broschüre hg. von den Bundesministerien des Innern, für Wirtschaft und Energie u. für Verkehr und digitale Infrastruktur.

Daum, Timo: Die künstliche Intelligenz des Kapitals, Hamburg 2019.

Deutscher Bundestag: Kontroverse um Werbeverbot für Schwangerschaftsabbruch. <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2018/kw08-de-stgb-schwangerschaftsabbruch/542312> (Abruf: 10.10.2020).

Digital Age: Fahrrad digital. Sicher durch die Straßen mit dem Smart Bike, 2017. <https://digital-age.net/2017/01/17/fahrrad-digital-zielsicher-durch-die-strassen-mit-dem-smart-bike/> (Abruf: 10.01.2020).

Garland, Ken: First Things First, 1964. <http://www.designhistory.com/1960/first-things-first> (Abruf: 01.02.2019).

Hartle, Johan F.: Abbildlichkeit und Transparenz der Zeichen. Otto Neuraths sozialdemokratische Bildpolitik. In: Gerhard Schweppenhäuser (Hg.), Handbuch der Medienphilosophie, Darmstadt 2018, S.137-143.

Heinrich, Michael: Grundbegriffe der Kritik der politischen Ökonomie. In: Michael Quante / David P. Schweikard (Hg.), Marx-Handbuch. Leben - Werk - Wirkung, Stuttgart 2016, S.173-193.

Herrmann, Axel: Kampf um die Menschenrechte. Bundeszentrale für politische Bildung. 2008. <https://www.bpb.de/izpb/8325/kampf-um-die-menschenrechte?p=all> (Abruf: 10.10.2020).

Hertl, Sascha: Ethik in der Werbung? Eine Auseinandersetzung mit einem ver.di-Werbespot, Marburg 2007.

Horster, Detlef: Markt und Moral. In: Ders., Politik als Pflicht. Studien zur politischen Philosophie, Frankfurt am Main 1993, S.72-83.

Kant, Immanuel: Grundlegung zur Metaphysik der Sitten. BA 66. In: Ders., Werke in sechs Bänden, Bd.IV, Darmstadt 1983.

Kästner, Erich: Reklame und Weltrevolution. In: Ders., Werke, Bd.VI, München 2004, S.233-237.

Klemp, Klaus: Otl Aicher und Alexandre Wollner - Branding hoch zwei. <https://www.tbobm.com/brandsetter-wollner> (Abruf: 10.10.2020).

Kotler, Philip / Blieml, Friedrich: Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung, Stuttgart 2001.

Linden, David: Blogguide. Warum bloggen wir?, 2018. <https://bold-ventures.de/magazin/blog-guide-warum-bloggen-wir/#gref> (Abruf: 10.10.2020).

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996.

Martini, Benedikt: Manipulation oder Information? Politisches Kommunikationsdesign in der »Postdemokratie«, Hamburg 2017.

Marx, Karl / Engels, Friedrich: Werke, Bd.4, Berlin 1983.

Mensching, Günther: Totalität und Autonomie. Untersuchungen zur philosophischen Gesellschaftstheorie des französischen Materialismus, Frankfurt am Main 1971.

Nietzsche, Friedrich: Die Geburt der Tragödie aus dem Geist der Musik. Oder: Griechentum und Pessimismus. In: Ders., Sämtliche Werke, Kritische Studienausgabe, Bd.1, München 1980, S.9-156.

Paech, Niko: Über Klimaproteste und grünes Wachstum, 2019. <https://www.3sat.de/kultur/kulturzeit/gespraech-niko-paech-100.html> (Abruf: 10.10.2020).

Schweppenhäuser, Gerhard / Bauer, Christian: Ethik im Kommunikationsdesign. Verständigung, Verantwortung und Orientierung als Kriterien visueller Gestaltung, Würzburg 2017.

Schweppenhäuser, Gerhard: Kommunikationsdesign und visuelle Dialektik der Aufklärung. In: Ders., Design, Philosophie und Medien. Perspektiven einer kritischen Entwurfs- und Gestaltungstheorie, Wiesbaden 2019, S.95-110.

Siebert, Jürgen: Design vs. Moral. In: page 11/2017.

Türcke, Christoph: Digitale Gefolgschaft. Auf dem Weg in eine neue Stammesgesellschaft, München 2019.

Wimmer, Christopher: Du lebloses, verdammtes Automat! <https://www.freitag.de/autoren/der-freitag/du-lebloses-verdammtes-automat> (Abruf: 10.10.2020).

Zuboff, Shoshana: Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus, Frankfurt am Main / New York 2018.

IRIS EBERT

Social Design unter Verdacht

**Was Social Design von den
Verdachtsmomenten gegenüber
der Sozialen Arbeit lernen kann**

Design auf neuem Spielfeld

Dem Design ist das Potenzial einer gesellschaftlichen Wirkungs- und Steuerungsmechanik inhärent. Demgegenüber steht eine allgemeine Sichtweise im Vordergrund, nach der Design als Disziplin vorrangig ökonomische Interessen verfolgt bzw. bedient: Design wird dabei »als Instrument zur Umsatzsteigerung, als Marken bildende Profession und als wichtige Inspiration für Produktinnovationen«¹ betrachtet.

Diese Perspektive erweiterte sich mit einer Ausrichtung des Designs auf das Soziale im anfangenden 21. Jahrhundert. In diesem Zusammenhang erlangte vor allem der Begriff des »Social Designs« große Popularität.² Social Design verspricht die Verbindung des kreativen Arbeitens mit sozialem Engagement – dem Wunsch »Gutes« zu tun, Lebensumstände zu verbessern und Verantwortung zu übernehmen.³ Damit gibt sich das Design eine von reinen ökonomischen Interessen zu unterscheidende Zielsetzung, wodurch sich auch dessen Bezugspunkte ändern und erweitern: Zur Produktgestaltung hinzu sind nun verstärkt auch Interaktionen und Prozesse designbar.⁴ Zwischenmenschliche Beziehungen rücken in den Fokus, alleinstehende Objekte nehmen an Bedeutung ab.⁵

Der Begriff des Social Designs überspannt inzwischen ein großes Repertoire an Studiengängen [Bspw. Public Interest Design, Transformation Design, Öko-Soziales Design usw.], Projekten und Arbeitsfeldern.⁶ Cleven bezeichnet Social Design deshalb als einen »Containerbegriff [...]: genauso nebulös und dehnbar, wie beispielsweise der Begriff der Nachhaltigkeit, und genauso selbstverständlich kommerziell oder politisch instrumentalisierbar.«⁷

Bevor dieser Artikel fortschreiten kann, muss daher zunächst das Feld des Social Designs eingeeengt und begrifflich geschärft werden. Im Folgenden soll mit Social Design erstens kein entgrenzter Design-Begriff gemeint sein: also nicht – wie Röllli im Anschluss

1 Beucker, Nicolas: Design und die Sichtbarkeit möglicher Zukünfte. In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.35-41. Hier: S.35.

2 Vgl. Banz, Claudia: Einleitung. In: Dies. (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016a, S.7-8. Hier: S.7.

3 Vgl. Kirst, Nina: Social Design studieren (01.11.2019) URL: <https://page-online.de/branche-karriere/social-design-studieren/> (Abruf: 19.01.2020).

4 Vgl. Cleven, Esther: Eigentlich sollten wir nicht mehr über Social Design sprechen. In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.43-59. Hier: S.57.

5 Vgl. u.a. Boelen, Jan: Moving a small rock in the river is a great start!. In: Arjo de Vries (Hg.), Master course. A critical dialogue, Eindhoven 2012, Design Academy Eindhoven, S.22; Beucker, Nicolas: Design und die Sichtbarkeit möglicher Zukünfte. S.39.

6 Vgl. u.a. Banz, Claudia: Zwischen Widerstand und Affirmation. In: Dies. (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016a, S.19; Kirst, Nina: Social Design studieren.

7 Cleven 2016, S.44.

an die Akteur-Netzwerk-Theorie ausführt – das Designen von »Städte[n], Landschaften, Gesellschaften, aber auch Gene[n], Gehirne[n] und Chips«⁸. Zweitens grenzt sich die vorliegende Begriffsverwendung – hier parallel zu Rölli – ab vom Verständnis von Social Design als eine »planungsideologische Sichtweise, Gesellschaft auf dem Reißbrett zu entwerfen«⁹, sowie drittens von oftmals fälschlicherweise deckungsgleich verwendeten Begriffen, wie beispielsweise: »Design Activism, Community Design, Partizipatory Design, Critical Design«¹⁰.

Vielmehr soll in der vorliegenden Betrachtung das ›Soziale‹ im Social Design im doppelten Wortsinn im Zentrum der Betrachtung stehen. Dieses Soziale wird dabei einerseits »als Reich spezifischer, transindividueller Strukturen, Identitäten, Kulturen und Bedürfnisse[n], das zwischen Staat und Zivilgesellschaft lokalisiert ist«¹¹ und damit als ein spezifisches Feld von Interaktions- und Verweisungszusammenhängen verstanden. Andererseits betont der Begriff die »semantischen Linien, die in Ausdrücken wie ›soziale Verantwortung‹ oder ›Soziale Arbeit‹ anklingen«¹², womit der Fokus auf Interaktionen gerückt wird, die – zunächst im allgemeinsten Sinne – das Zusammenleben von Menschen verbessern möchten.

Die gerade angesprochene Soziale Arbeit ist nicht nur auf der Ebene des Namens ein direkter Verwandter des Designs geworden, sondern es lassen sich auch weiterführende Parallelen entdecken. Für einen ersten Versuch, diese Parallelen offenzulegen und für das Social Design nutzbar zu machen, soll Dirk Baeckers Text »Soziale Hilfe als Funktionssystem der Gesellschaft«¹³ im Folgenden als Gedankenanstoß über die Reflexionsweisen des Social Designs auf dem Feld des Sozialen dienen. Baecker beobachtet zunächst, dass der Sozialen Arbeit drei Verdachtsmomente von der Gesellschaft entgegengebracht werden: ein Motiv-, ein Stigmatisierungs- und ein Effizienzverdacht. Diesen Verdachtsmomenten kann die theoretische Reflexion über die Soziale Arbeit nicht begegnen, solange sie die Leitdifferenz von Konformität und Devianz als Grundlage ihrer Betrachtung nutzt.¹⁴

Dadurch sieht Baecker die Soziale Arbeit in einer Reflexionsblockade bzw. Selbsterkenntnisblockade, die zum großen Teil davon abhängt, dass die »Differenz von Konformität und Devianz eine strukturierende Rolle [in der Betrachtung von Sozialer Arbeit] spielt«¹⁵.

8 Rölli, Marc: Design als soziales Phänomen. In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.27-41. Hier: S.33. Ebd., S.30.

10 Cleven 2016, S.56.

11 Banz 2016a, S.8.

12 Rölli 2016, S.31.

13 Baecker, Dirk: Soziale Hilfe als Funktionssystem der Gesellschaft. Zeitschrift für Soziologie, 2(23) (1994), S.93-110.

14 Vgl. ebd., S.93. Baecker beobachtet, dass die Soziale Arbeit diesen ihr entgegengebrachten Verdachtsmomenten theoretisch begegnet, indem sie die Differenz von Konformität

und Abweichung nutzt, um ihr Handeln zu plausibilisieren. Er zeigt in seinem Aufsatz weiter auf, dass diese theoretische Betrachtung die Soziale Arbeit »als ein >unmögliches< Unterfangen [etabliert], das die Klientel erst schafft, derer sie sich annimmt und gleichzeitig die Gesellschaft in Frage stellt, die so etwas überhaupt nötig macht.« (Ebd., S.94)

15 Baecker, Dirk: Das wirkliche Problem ist, daß wir keine Probleme haben! In: Theodor M. Bardmann (Hg.), Zirkuläre Positionen. https://doi.org/10.1007/978-3-322-91676-1_8, Wiesbaden 1997, S.91.

Deshalb üben nach Baecker diese Verdachtsmomente solange Druck auf das System der Sozialen Arbeit und den sich darin befindenden Personen aus, wie die Überführung in die Konformität als Maßstab einer gelungenen sozialpädagogischen Interaktion angenommen wird und die Differenz zwischen Konformität und Devianz damit Grundlage der Reflexion ist.¹⁶ Der vorliegende Beitrag soll nun in einem ersten Schritt überprüfen, ob sich auch das Social Design in seiner Selbstbetrachtung an der Leitdifferenz Konformität und Devianz orientiert und inwiefern dementsprechend auch das Social Design den drei von Baecker genannten Verdachtsmomenten ausgesetzt ist. Lässt sich dies plausibel nachweisen, befindet sich das Social Design in einer ähnlichen »Dilemmastruktur«¹⁷ wie die Soziale Arbeit. Daraus ergeben sich in einem zweiten Schritt neue Fragen an die Reflexion über Social Design.

Konformität und Devianz als Leitdifferenz im Social Design?

Dass Design sich mit der Lösung von Problemen beschäftigt, scheint unstrittig zu sein. Es folgt einem Problemlösungsoptimismus und vermittelt dabei den Eindruck, dass es für jedes Problem eine (zukünftige) Lösung gibt.¹⁸ Claudia Banz sieht in der Leitdifferenz zwischen Problem und Lösung auch eine Grenzlinie zwischen den häufig verwischenden Feldern von Kunst und Design:

[Es] sind Lösungen gefragt oder zumindest Ansätze, Prozesse, die zu einer möglichen Lösung des aufgezeigten Problems führen könnten. Genau hier ist die Handlungskompetenz von Design bzw. Designer gefragt.¹⁹

Wie lässt sich diese Leitdifferenz von Problem und Lösung nun aber für das oben beschriebene Feld des Social Designs konkretisieren? Rölli engt dieses weiter ein, indem er die Differenz zwischen Problem und Lösung für das Social Design genauer beschreibt: Er gibt an, dass sich Letzteres mit Phänomenen des Dysfunktionalen (Problemen) beschäftigt und versucht, »die gestörte Funktionalität wiederherzustellen oder Ungleichheiten auszugleichen, Exkludiertes zu inkludieren«²⁰ [Lösung]. Durch diese Spezifizierung der Differenz zwischen Problem und Lösung für das Social Design ergibt sich also bei Rölli eine Differenzierung zwischen einem gesellschaftlich Dysfunktionalem und Funktionalem, welches es herzustellen gilt. Das Funktionale ist also ein gesellschaftlicher ›Normalzustand‹ – eine Konformität. Den Gegensatz hierzu bildet das davon Abweichende – eine Devianz. Eben diese Grundunterscheidung stellt auch Baecker in seiner systemtheoretischen Betrachtung

16 Vgl. Baecker 1994, S.94.

17 Ebd., S.95.

18 Vgl. Geiger, Annette: Social Design – ein Paradox? In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.61-68. Hier: S.66.

19 Banz 2016b, S.15 f.

20 Rölli 2016, S.31.

für die Soziale Arbeit fest.²¹ Um diese Parallele zu veranschaulichen, können Röllis Beispiele für eben eine solche Differenz im Social Design genannt werden: »Entwicklungshilfe« und »barrierefreies Bauen«²². Es gibt in diesen Beispielen diejenigen, denen nicht geholfen werden muss. Hier wären dies diejenigen Länder, die keine Hilfe für ihre Entwicklung bzw. Menschen, die keine barrierefreien Zugänge benötigen – und die somit einer gesellschaftlichen Konformität entsprechen. Davon unterschieden werden all jene, die zum Gegenstand der eigenen Arbeit werden sollen, hier dementsprechend Entwicklungsländer und Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen. Diese bilden damit in dieser Betrachtungsweise eine Devianz. Beide Disziplinen – das Social Design und die Soziale Arbeit – nehmen also eine Unterscheidung zwischen all denjenigen vor, denen nicht geholfen werden muss, und denjenigen, die der Hilfe bedürfen. Basierend auf dieser Ausführung wird zunächst davon ausgegangen, dass sich in einem Social Design, das dem oben genannten Begriffsverständnis folgt, ebenfalls eine Leitdifferenz von Konformität und Devianz beobachten lässt.

Eine Unterscheidung der beiden Disziplinen muss allerdings in den jeweiligen Definitionsversuchen des ›Normzustandes‹ (der Konformität) und natürlich vice versa der Devianz getroffen werden. Während die Soziale Arbeit dabei professionalisiert in Abhängigkeit von staatlichen Mitteln und damit basierend auf dem sozialstaatlichen Konsens agiert, gehen die Definitionen von Konformität und Devianz des Social Designs über diesen Horizont hinaus. Sie richten sich derzeit vorrangig an den persönlichen Wert- und Moralvorstellungen der Designenden bzw. des sozialkulturellen Milieus aus, in dem Social-Designer:innen überwiegend zu verorten sind. Deshalb können die ›Normvorstellungen‹ beider Disziplinen voneinander abweichen. Beispielsweise kann ein Social-Design-Projekt ›Fleisch essen‹ als deviant behandeln, während dies für die Soziale Arbeit keine Normabweichung darstellen würde, die ein sozialpädagogisches Anschlusshandeln notwendig macht. Dennoch ist es für das Social Design an bestimmten Stellen relevant, sich an den vorhandenen Mehrheitsvorstellungen zu Konformität und Devianz zu orientieren, beispielsweise für den Erwerb von Fördermitteln oder um Dritten gegenüber die Sinnhaftigkeit des eigenen Projekts zu erläutern. Wie am Beispiel ›Fleisch essen‹ sichtbar wird, kann das Social Design dabei aber im Gegensatz zur Sozialen Arbeit auch auf subkulturelle Einflüsse und nur in einzelnen Milieus verankerte Wertvorstellungen zurückgreifen.

Ein weiterer Unterschied könnte in dem jeweiligen Bezugspunkt der Disziplinen liegen. Auch wenn in der Sozialen Arbeit auch gruppen- und gemeinwesenbezogene sowie offene Ansätze existieren, richten sich viele Angebote an einzelne Personen oder kleine Personensysteme (z.B. Familien) und versuchen, diese als sozialpädagogische ›Fälle‹ ihrer individuellen Lebensbewältigung zu unterstützen.²³ Deviant ist hier demnach oftmals der bzw. die Einzelne, während Konformität auf der Ebene einer diffusen Gesamtgesellschaft ver-

21 Vgl. Baecker 1994, S. 93.

22 Röllis 2016, S. 31.

23 Vgl. Michel-Schwartz, Brigitta: Fallarbeit: ein theoretischer und methodischer Zugang. In: Dies. (Hg.), Methodenbuch Soziale Arbeit (2. Aufl.), Wiesbaden 2009, S. 122.

ortet wird. Diese Hilfe bezieht sich damit gleichsam oftmals auf den existenziellen Lebensbereich einer Person. Das Social Design richtet sich dagegen in seinen Projekten häufig an eine diffuse Öffentlichkeit oder an bestimmte Subgruppen (z. B. Quartiere) und thematisiert dabei kollektiv relevante Problemlagen (z. B. Umweltverschmutzung, öffentliche Räume). Devianz und Konformität werden hier weniger auf der Ebene der einzelnen Person und deren Lebensgrundlagen thematisiert, sondern auf einer kollektiven, strukturellen oder gesellschaftlichen Ebene. So arbeiten beispielsweise Sozialarbeiter:innen mit einzelnen Obdachlosen und versuchen, für diese passende Angebote zu finden und ihre Lebensumstände zu verbessern. Dagegen würden Projekte des Social Design weniger das Individuum als das Phänomen ›Obdachlosigkeit‹ in den Blick nehmen und versuchen, dieses strukturell oder in einem öffentlichen Diskurs zu bearbeiten.²⁴

Somit zeigt sich für Social Design und Soziale Arbeit eine ähnliche Selbstbetrachtungsweise (Differenz und Konformität), jedoch mit unterschiedlichen inhaltlichen Ausformungen. Gleichwohl erscheint es angesichts der aufgezeigten Parallelen sinnvoll, danach zu fragen, inwieweit auch die von Baecker beobachteten Verdachtsmomente das Social Design betreffen.

Drei Verdachtsmomente nach Baecker

Diese Leitdifferenz aus Konformität und Devianz könnte den beiden Disziplinen Social Design und Soziale Arbeit ausreichen, um ›Erfolge‹ und Möglichkeiten ihrer Arbeit zu reflektieren. Baecker stellt aber genau hier für die Soziale Arbeit den Ausgangspunkt einer Dilemmastruktur fest, was zu Verunsicherung und Zweifel in der sozialpädagogischen Praxis führt.²⁵ Diese Verunsicherung lässt sich anhand der drei genannten Verdachtsmomente erkennen. Diese spiegeln dabei äußere und innere Unsicherheiten und Fragestellungen wider, mit welchen sich die Theorie der Sozialen Arbeit beschäftigt und welche die Disziplin in einer Reflexionsblockade bzw. Selbsterkenntnisblockade festhalten.²⁶ Um also Baeckers Plädoyer für eine zur Leitdifferenz von Konformität und Devianz alternativen Betrachtungsweise Sozialer Arbeit verstehen zu können, gilt es deshalb, die problematische Rolle von Motiv-, Stigmatisierungs- und Effizienzverdacht aufzuzeigen. Dabei stellt sich vorliegend gleichermaßen die Frage, ob und wie auch diese drei Verdachtsmomente auf das Social Design übertragen werden können.

24 Damit ist nicht gesagt, dass Soziale Arbeit sich nicht auch für eine Verbesserung des gesellschaftlichen Umgangs mit Obdachlosigkeit einsetzt (dies wird unter dem Stichwort der Sozialarbeitspolitik sogar explizit gefordert) und dass Social Design nicht auch mit einzelnen Personen zusammenarbeitet. Allerdings liegt ihr Fokus und Ausgangspunkt jeweils auf den oben genannten unterschiedlichen Facetten.

25 Vgl. Baecker 1994, S. 93.

26 Vgl. Baecker 1997, S. 97.

Motivverdacht

Unter dem Motivverdacht, wie Baecker ihn für die Soziale Arbeit beschreibt, versteht er, dass

die Sozialarbeit als eine Veranstaltung der Gesellschaft, dem generellen Verdacht unterliegt, der seit Durkheim formulierbar ist, daß man nicht genau weiß, ob Sozialarbeit dem, der ein Problem hat, helfen soll, oder dem, der kein Problem hat oder kein Problem zu haben behauptet, der Gesellschaft nämlich, das gute Gewissen verschaffen soll, daß dem, der ein Problem hat, schon irgendwie geholfen wird.²⁷

Dieser Verdachtsmoment lässt sich in eine einfache Frage umformulieren: Was ist das primäre Motiv hinter Sozialer Arbeit? Denjenigen zu helfen, die ein Problem haben (hilfebedürftigen bzw. devianten Individuen) oder all denen zu helfen, die zumindest von sich selbst sagen, dass sie kein Problem haben (der Gesellschaft)? Letzterer wäre dabei vor allem in der Form geholfen, dass ihr Gewissen beruhigt wird.

Der Übertrag des Motivverdachts auf das Social Design muss auf einer kleineren Ebene als der gesamtgesellschaftlichen geschehen: Für einen gesamtgesellschaftlichen Effekt der Gewissenserleichterung scheint die hier im Beitrag eingegangene Spielart des Social Designs noch nicht weit genug verbreitet. Es ist aber nicht auszuschließen, dass mit wachsender Bedeutung und Ausbreitung von Social Design der Motivverdacht auch auf Ebene der Gesellschaft greifen könnte. Zunächst scheint es aber angebracht, den Motivverdacht auf Ebene der Disziplin und der in dieser tätigen Personen selbst anzusiedeln. Die obige Frage könnte dabei wie folgt umformuliert werden: Hilft Social Design dem, der ein Problem hat, oder hilft es der Disziplin selbst, sich als gesellschaftlich relevant darzustellen bzw. den Designenden, sich ein gutes Gewissen zu verschaffen?

In verschiedenen Reflexionen über das Social Design kann man durch die Brille Baeckers erkennen, dass das Social Design den Druck eines Motivverdachts verspürt und sich deshalb, wenn auch meist unterschwellig, mit eben dieser Frage beschäftigt. So erkennt beispielsweise Banz, dass der Begriff des Social Designs mittlerweile auch als »eine Art Green-Washing-Begriff für einen Großteil unspezifischer designerischer [sic!] Aktivitäten«²⁸ genutzt wird. Hier wird der Motivverdacht gegen bestimmte Aktivitäten und Akteure des Social Designs deutlich. Ein ähnlicher Verdacht den Motiven der Designenden gegenüber lässt sich auch in Geigers Ausführung erkennen:

Vielen Designern erscheint es derzeit attraktiver, sich in Gegenden der Welt zu begeben, die noch echte Probleme haben [...]. Menschen in der Not zu helfen, ist sozial, das steht außer Frage. Insofern darf man Projekte für Entwicklungsländer, Flüchtlingscamps, Krisengebiete, Armutsbekämpfung usw. eigentlich nicht kritisieren.²⁹

27 Ebd.

28 Banz 2016a, S.8.

29 Geiger 2016, S.65.

Mit dieser Kritik an der disziplininternen Auswahl von Projekten und deren Bewertung stellt Geiger unterschwellig die Frage, ob die im Social Design Tätigen sich auf Felder zurückziehen, die hohe gesellschaftliche Anerkennung versprechen, um ›helfen‹ für sich als positiv besetzte Tätigkeit zu beanspruchen und ob nicht dies das eigentliche Ziel der Projekte ist. Somit zeigt sich in den bestehenden Reflexionen des Social Designs der vermutete Motivverdacht. Gleichzeitig wird versucht, diesen Motivverdacht wiederum zu verwenden, um sich von anderen Spielarten des Social Designs oder des Designs ganz allgemein abzugrenzen. Es scheint aber keine Ansätze zu geben, die bereits einen Vorschlag dafür liefern, wie diesem Verdacht grundsätzlich im bestehenden Reflexionsrahmen von Problem versus Lösung bzw. Devianz versus Konformität begegnet werden kann und somit der Ausräumung des Motivverdachts näher zu kommen.

Stigmatisierungsverdacht

Der zweite von Baeckers Verdachtsmomenten ist der Stigmatisierungsverdacht. Grundlegend bedeutet dieser, dass durch die Arbeit an Devianzen diese immer auch als solche definiert und sichtbar gemacht werden. Dadurch leistet die Soziale Arbeit durch die Perspektive von ›Konformität und Devianz‹ immer auch einen wesentlichen Beitrag zur Stigmatisierung der Probleme, die sie behandelt. Eine klare Klassifizierung von Personen(gruppen) [beispielsweise: arbeitslos, obdachlos, straffällig usw.³⁰] bildet für die Soziale Arbeit eine notwendige Grundlage, um tätig zu werden. Baecker beschreibt die dabei entstehende Problemlage für die Soziale Arbeit wie folgt:

Die Sozialarbeit etabliert sich als ein ›unmögliches‹ Unterfangen, das die Klientel erst schafft, derer sie sich annimmt, und gleichzeitig die Gesellschaft in Frage stellt, die so etwas überhaupt nötig macht.³¹

Abgeleitet von Baeckers Stigmatisierungsverdacht stellt sich für das Social Design zunächst die Frage: Trägt Social Design – analog zur Sozialen Arbeit – auch immer zur Stigmatisierung von Devianz bei – und damit zu Ihrer Aufrechterhaltung? Im Design und gerade auch im Social Design geht es bei vielen Projekten darum, zunächst »Aufmerksamkeit zu generieren, den Finger in die Wunde zu legen«³² und Zielgruppen zu definieren. Dadurch nimmt das Social Design ähnliche (zeitweise auch deckungsgleiche) Klassifizierungen wie die Soziale Arbeit vor. Während die Soziale Arbeit dabei aber immer auf die Feststellung einer individuellen Hilfebedürftigkeit zielt und dabei wiederum an sozialrechtliche Definitionen anschließt, kann das Social Design beispielsweise auch ›Problemviertel‹ und ›Nicht-Wähler‹ als deviant markieren. Daher lässt sich für das Social Design Baeckers Markierung von Devianzen über einen direkten Personenbezug hinausdenken. Auch Prozesse und Verhaltensweisen werden vom Social Design als deviant markiert, um sie zum Aus-

30 Vgl. Balkow, Kerstin & Erath, Peter: Einführung in die Soziale Arbeit (German Edition), Stuttgart 2016, S. 313.

31 Baecker 1994, S. 94.

32 Banz 2016b, S. 15.

gangspunkt der eigenen Arbeit zu machen. Ein Beispiel wäre ein Quartiersentwicklungsprojekt, in dessen Rahmen die Designer:innen ›die Nachbarn nicht kennen‹ als deviantes Verhalten und zentrales Problem im Quartier definieren. Infolgedessen wird versucht, dieses Problem in die Konformität ›Nachbarn kennen‹ zu überführen, beispielsweise durch ein Nachbarschaftsfest, die Veränderung des gemeinsamen Hauseingangs oder andere praktische Umsetzungen. Die Praxis des Social Designs geht also immer von der Annahme einer Devianz von Personen, Prozessen oder Strukturen aus, um daran die eigenen, häufig lokalen Projekte anzuschließen und zu versuchen, die angenommene Abweichung in eine jeweilig festgelegte Konformität zu überführen.

Zudem ist zu überlegen, inwieweit Social Design parallel zur Sozialen Arbeit »die Gesellschaft in Frage stellt, die so etwas [den Hilfebedarf; Anm. d. Verf.] überhaupt nötig macht«³³. Baecker sieht für die Soziale Arbeit in der Differenz aus praktischer Erfahrung im Arbeitsalltag und der Betrachtung gesamtgesellschaftlicher Zusammenhänge die Gefahr einer enormen psychische Belastung für die Fachkräfte, da diesen klar ist, dass ihre Herangehensweise immer unterkomplex gegenüber der Gesellschaft bleibt und sogar andere Herangehensweisen verstellen kann.³⁴ Auch das Social Design, das das Design im Namen trägt, welches Komplexität zu reduzieren versucht, kommt dabei in die Problemlage, wissend um die Komplexität gesellschaftlicher Zusammenhänge unterkomplex zu agieren.

Des Weiteren meint der Stigmatisierungsverdacht, dass die Soziale Arbeit und ihre Fachkräfte basierend auf der Auswahl der für sie relevanten Problemlagen in einen Entscheidungs- und Rechtfertigungsdruck geraten.³⁵ Auch dies lässt sich auf das Social Design übertragen, vielleicht sogar noch in einem stärkeren Maße, da die Designenden häufig (vor allem im Kontext des Studiums) auf individueller Ebene ihre Projekte auswählen. Dabei hat die Disziplin des Social Designs bisher kaum Leitplanken entwickelt, welche Phänomene warum als Anschlusspunkt der eigenen Arbeit betrachtet werden. Gerade in Bezug auf die vielen als solche identifizierbaren Devianzen lässt sich dann auch die Tatsache, dass nicht allen geholfen werden kann, im Social Design analog zur Sozialen Arbeit als Sachlage beschreiben, die »nicht nur zum ›moralisch attribuibaren Problem‹ [wird], sondern [diese Sachlage] macht auch die Suche nach Gründen erforderlich, die erklären helfen, warum dieser Gruppe geholfen wird, jener aber nicht«³⁶.

Damit zeigt sich hinsichtlich des Stigmatisierungsverdachts, dass auch dieser in unterschiedlichen Formen im Social Design anzutreffen ist, ohne dass die bisherige Theoriebildung bereits Reflexionsmöglichkeiten zu seiner ›Überwindung‹ angeboten hat.

Effizienzverdacht

Anknüpfend an den Stigmatisierungsverdacht stellt Baecker fest, dass die Soziale Arbeit auch im Hinblick auf Effizienz beobachtet wird. Er geht davon aus,

33 Baecker 1994, S. 94.

34 Vgl. ebd.

35 Vgl. Balkow / Erath 2016, S. 313.

36 Ebd.

daß man durch die Benutzung der Differenz von Konformität und Abweichung, also durch die Stigmatisierung der Abweichung, verhindert, der Abweichung effizient zu begegnen.³⁷

Durch die stigmatisierenden Prozesse der Auswahl und Benennung von Projekten (siehe Stigmatisierungsverdacht) kann eine Arbeit mit diesen Personen oder Prozessen erschwert werden. Soziale Arbeit verwendet notwendigerweise Definitionen von sozialen Problemen und gleichermaßen können diese Definitionen eine Zusammenarbeit mit den Klient:innen erschweren. Analog zur Sozialen Arbeit kann auch im Social Design die Notwendigkeit zur Markierung der Devianz (egal ob Person, Prozess oder Verhalten) und die Abhängigkeit von Ressourcen zu Komplikationen im praktischen Arbeitsprozess mit den als deviant markierten Personen, Orten oder Prozessen führen und dabei einer effizienten Begegnung der Devianz im Wege stehen. Um an dem obigen Beispiel des Quartiersprojekts anzuknüpfen: Eventuell nehmen die Bewohner:innen im Quartier die von außen gesetzte Problemdefinition des ›die Nachbarn nicht kennen‹ gar nicht so wahr oder messen diesem Zustand aufgrund anderer Komplexitäten ihres Alltags keine Priorität zu. Zudem wäre es denkbar, dass sie sich in der Problembeschreibung als desinteressiert, gefühllos und egoistisch klassifiziert sehen. Dies führt dann je nach Setting potenziell zu einer geringen Mitwirkungsbereitschaft in benanntem Beispielprojekt.

Des Weiteren sieht Baecker die Soziale Arbeit mit dem Verdacht konfrontiert, dass ihre Arbeit vorhandene Potenziale zur Selbsthilfe bei den adressierten Personen(gruppen) verstellt.³⁸ Auch dieser zweite Punkt kann potenziell als Vorwurf an bestimmte Social-Design-Projekte formuliert werden. So kann ein praktisches Eingreifen zu einer Reduktion der Selbsthilfe bzw. der jeweiligen Engagementpotenziale führen. Beispielsweise verstellt ein von einem Social-Designer initiiertes Nachbarschaftsfest den Personen des Viertels potenziell die Möglichkeit, sich mit ihren quartiersbezogenen Bedürfnissen und Problemen selbstständig auseinanderzusetzen, dabei eigenständige Lösungsansätze zu entwickeln – und verhindert damit auch die in diesem Prozess liegenden Lernerfahrungen. Diese oder andere Verstellungen lassen sich auch nicht durch partizipative, kooperative oder andere beteiligende Vorgehensweisen gänzlich ausräumen.

Als weiteren Aspekt des Effizienzverdachts sieht Baecker eine vorherrschende Unklarheit über den Beginn und die Dauer von Eingriffen der Sozialen Arbeit. Dies formuliert er wie folgt:

Ist jede Organisation, ist jede einzelne Maßnahme der Sozialarbeit eine, die aus diesem Dilemma gar nicht herauskommen kann, weil sie keine Kriterien der eigenen Effizienz findet, im Sinne von Kriterien, die angeben, wann man mit einer Hilfe aufhören kann, weil dem Problem geholfen ist?³⁹

37 Baecker 1997, S. 98.

39 Baecker 1997, S. 98.

38 Vgl. Baecker 1994, S. 93.

Da die Soziale Arbeit ihre Kategorisierungen nicht selbst bestimmt, sondern dabei auf rechtliche Definitionen zurückgreift, kann sie nicht selbst bestimmen, wann eine Maßnahme beendet wird, sondern ist auch hier an die rechtlichen Grundlagen gebunden. Zudem beschäftigt sich die Soziale Arbeit mit Menschen, was es erschwert, ›Erfolge‹ eindeutig zu definieren. Zwar kann es als ›objektiver‹ Erfolg gewertet werden, einem Jugendlichen zu einem Ausbildungsplatz verholfen zu haben, aber dies erlaubt noch keine Aussage über die subjektive Wahrnehmung dieses ›Erfolges‹ bei den Klient:innen.

Auch im Social Design stellt sich die Frage nach Kriterien für Erfolge und effizienten Maßnahmen. Dabei lässt sich der Effizienzverdacht in Bezug auf Social Design ausweiten: So werden in theoretischen Reflexionen des Social Designs immer wieder grundlegende Vorwürfe formuliert, mit denen sich die Disziplin konfrontiert sieht:

Warum gerade Design? Lässt sich wirklich von dieser Disziplin, deren praktische Akteure eher dafür bekannt sind, Nabelschau zu betreiben, erwarten, dass sie Lösungen für die Gesellschaft von morgen entwickelt?⁴⁰

Dabei scheint das Social Design gefangen zu sein zwischen einer gewissen Hybris⁴¹ in Bezug auf die eigene Wirkmächtigkeit und beinahe ebenso starken Zweifeln an der eigenen Eignung. Auch die fehlende Gewissheit über effiziente Maßnahmen spielt hierbei eine wichtige Rolle:

Schließlich scheint das Social Design sich stark auf immaterielle Prozesse zu beziehen, weshalb sich Designer (und vor allem ihre Lehrer) natürlich fragen müssen, welche fachliche Expertise das Design dort eigentlich einbringt.⁴²

An diesen Reflexionen zum Effizienzverdacht zeigen sich zusammengefasst die Unsicherheiten bzw. ungeklärten Positionierungen im Social Design im Hinblick auf Zielbestimmung, Verfahren, Wirkmächtigkeit und die eigene Professionalität.

Baeckers Verdachtsmomente zeigen damit auf, mit welchen Unsicherheiten sich die Soziale Arbeit und – wie gezeigt – in ähnlicher Weise auch das Social Design konfrontiert sieht. Damit stellt sich gleichermaßen die Frage, wie diesen Verdachtsmomenten auf einer theoretischen Ebene konstruktiv begegnet werden kann, um aus ihnen zu einem tieferen Verständnis der Wirkmechanismen im Social Design zu gelangen.

Was folgt daraus?

Aus der herausgearbeiteten Differenzierung zwischen Problem und Lösung beziehungsweise Devianz und Konformität, sowie aus Baeckers drei Verdachtsmomenten lassen sich bestimmte Dilemmastrukturen rekonstruieren, welche dem Social Design zu eigen

40 Beucker 2016, S.36.

42 Cleven 2016, S.58.

41 Vgl. ebd.

zu sein scheinen. Doch was folgt daraus? Baecker reagiert auf diese Dilemmastrukturen, indem er die Betrachtungsperspektive wechselt und Soziale Hilfen als ein eigenständiges gesellschaftliches Funktionssystem beschreibt, das mit dem bipolaren Code Hilfe vs. Nicht-Hilfe operiert. Es scheint allerdings verfrüht, das Social Design analog als ein eigenständiges Funktionssystem zu betrachten.⁴³ Deshalb wird auf eine systemtheoretische Verortung des Social Designs im Folgenden verzichtet.

Stattdessen soll versucht werden, Fragen an das Social Design zu formulieren, um die Dilemmastrukturen betrachten zu können und die praktischen Projekte auf mögliche, durch die Konfrontation mit den Verdachtsmomenten entstehende Unsicherheiten vorzubereiten.

Dabei wandelt sich die Frage: ›Was ist Social Design?‹ bzw., ›Was sind Erfolge im Social Design?‹ zu der Frage: ›Was *macht* Social Design?‹. Die Blickrichtung ändert sich somit von einer lösungsorientierten hin zu einer prozessualen Perspektive. Diese besteht wiederum aus mehreren Unterfragen, welche dazu beitragen könnten, die herausgearbeiteten Dilemmastrukturen neu zu betrachten:

Dem Motivverdacht begegnen

Im Abschnitt zum Motivverdacht wurde die Frage herausgearbeitet, welche Anlässe ein Eingreifen des Social Designs zur Folge haben. Die meisten Social-Design-Projekte sind auf externe Finanzierung und Kooperationen angewiesen und werden deshalb immer wieder mit dem Verdacht konfrontiert, dass es das primäre Ziel der Projekte sei, sich selbst ein gutes Image zu verschaffen, um weitere Projekte zu finanzieren, den eigenen Studiengang zu bewerben, die eigene Selbstständigkeit ›erfolgreicher‹ zu machen etc. Zwar lässt sich dieser Verdacht nicht grundsätzlich ausräumen. Allerdings erscheint es notwendig, sich auf der Ebene der Disziplin *und* in den einzelnen Projekten die folgenden Fragen zu stellen, um diesem Verdachtsmoment begegnen zu können:

- Wem möchte Social Design helfen und wie geht es mit diesen Personen um?
- Woher erhält es seine Aufträge?
- Zu wem setzt es sich wie in Relation und welche potenziellen Effekte versucht es hierdurch zu erzielen?

Hierbei müssen das Social Design und die jeweiligen Projektbeteiligten sich zu den verfolgten Zielen ins Verhältnis setzen und offen reflektieren, wer den Auftrag gibt, wem geholfen werden soll und welche Interessen dabei vertreten werden. Die Betrachtungsweise ›Problem und Lösung‹ verweilt dabei auf einem zu allgemeinen Niveau und kann deshalb eben diese Unterscheidungen leicht außen vorlassen. Ebenso erscheinen Bezugnahmen auf ›das‹ Soziale oder ›die‹ Öffentlichkeit zu allgemein, um rekonstruieren zu können, in welchen konkreten Bezügen sich Social-Design-Projekte befinden und wie sie sich darin positionieren.

43 Zumindest hinsichtlich einer spezifischen Funktion und einer geschlossenen Eigenständigkeit ist

dieser Systemcharakter des Social Designs (im Sinne der Luhmann'schen Systemtheorie) stark anzuzweifeln.

Dem Stigmatisierungsverdacht begegnen

Auch in seinem Umgang mit den als ›Zielgruppe‹ bestimmten Personen scheint sich das Social Design in einer ähnlichen Dilemmastruktur zu befinden wie die Soziale Arbeit: Zwischen der Abhängigkeit zur Realisierung und Finanzierung der eigenen Projekte von Förderern, Auftraggebern oder einem dem Projekt inhärenten Kommerzialisierungsansatz und dem ideologischen Anspruch, die Interessen verschiedener Gruppen zu vertreten und den ›Schwächeren‹ zu helfen, bleibt eine Differenz bestehen, die es in jedem Projekt und auf der disziplinären Ebene auszuhalten und produktiv zu bearbeiten gilt. Die oben angedeutete und in Projekten regelmäßig bestehende Notwendigkeit, zur Realisierung auf externe Geldgeber:innen zurückgreifen zu müssen, macht deutlich, dass auch der Stigmatisierungsverdacht nicht einfach ›wegreflektiert‹ werden kann. Deshalb gilt es, ihn entlang der folgenden Unterfragen in jedem Projekt neu zu überdenken:

- Welche Problemdefinitionen, Kategorisierungen und Zieldefinitionen gehen in ein Projekt des Social Designs ein?
- Wofür benötigt das Projekt die jeweiligen Problem-/Zieldefinitionen?
- Welche Akteure sind an diesen Definitionen beteiligt und welches Interesse verfolgen sie?

Dabei unterscheiden sich potenziell die Interessen der Geld- oder Auftraggeber von den Interessen derjenigen, die das jeweilige Projekt als ›Zielgruppe‹ markiert, und beide können wiederum von den Interessen des bzw. der Designenden abweichen. Deshalb ist zum einen der mit Finanzierungen verbundene Einfluss auf das Social Design jeweils genau zu betrachten. Andererseits wäre es gerade in der Auseinandersetzung mit dem Stigmatisierungsverdacht sinnvoll, die Deutungshoheit hinsichtlich Problemen und Zielen – wenn möglich – auf diejenigen zu übertragen, denen das Social-Design-Projekt ›helfen‹ soll.

Dem Effizienzverdacht begegnen

Während den beiden ersten Verdachtsmomenten eine eher moralische Dimension bzw. Dilemmastruktur innewohnt, verweist der Effizienzverdacht auf die auch diesen Sammelband leitende Frage, ob Social-Design-Projekte mehr schaden als sie nutzen. Die mit Stigmatisierungen einhergehenden Abwehrreaktionen der Angesprochenen, die potenzielle Verstellung von Selbsthilfeprozessen und die Überforderung angesichts einer zu hohen Komplexität und weitere Faktoren führen bei vielen Akteur:innen im Social Design zu ständigen Selbstzweifeln, ob sie mit ihren Projekten sinnvoll (Effizienz) etwas Sinnvolles (Effektivität) bewirken können. Diese Selbstzweifel gilt es nicht auszuräumen, sondern vielmehr ebenfalls in produktive Fragen umzuwandeln, deren situative Klärung einen wichtigen Schritt in Social-Design-Projekten darstellt:

- Wie operiert Soziales Design jeweils und unter welchen konkreten Bedingungen?
- Was sind angesichts dieser Bedingungen Ziele, die mit den Handlungsweisen des Social Designs erreicht werden können?

- Was sind angesichts dessen sinnvolle Betätigungsfelder und -anlässe für Social-Designer:innen?
- Unter welchen Rahmenbedingungen können Social-Designer:innen dagegen nicht sinnvoll arbeiten?

Die letzte Frage verweist auf die Notwendigkeit offener Reflexionsprozesse, die die Möglichkeit des ›Nicht-Designs‹ beinhalten müssen. Um noch einmal auf Baeckers systemtheoretische Betrachtung Sozialer Hilfen zurückzugreifen:

Nichthelfen ist der negative Wert, der Reflexionswert, der es einerseits ermöglicht, alle Formen sonstiger Kommunikation daraufhin abzusuchen, ob dort nicht Ansatzpunkte für Defizitkompensation, also für Hilfe bestehen, und es andererseits auch erlaubt, jedes Vorkommen von Hilfe als kontingent und damit auch als abschließbar zu beschreiben. Auch dort, wo nicht geholfen wird, kann geholfen werden, und wo geholfen wird, muss nicht geholfen werden.⁴⁴

Übertragen auf das Social Design bedeutet dies eine Anerkennung der eigenen Kontingenz, die gleichzeitig auf eine Vervielfältigung der Optionen (dort wo noch nicht designt wird, kann eventuell designt werden) und auf eine Selbstbeschränkung (dort wo designt wird, muss nicht designt werden bzw. der Designprozess kann abgeschlossen werden) verweist.

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass der obige Fragenkatalog nicht zu der Annahme verleiten soll, dass durch deren Beantwortung auf disziplinärer oder projektbezogener Ebene die rekonstruierten Verdachtsmomente ›eliminiert‹ werden könnten. Vielmehr ist gerade aufgrund der Parallelen zwischen Social Design und Sozialen Hilfen anzunehmen, dass Motiv-, Stigmatisierungs- und Effizienzverdacht zu stetigen Begleitern derjenigen Designprojekte werden, die darauf zielen, das Zusammenleben von Menschen zu verbessern. Damit wird es zu einer anhaltenden Aufgabe für das Social Design, diesen Verdachtsmomenten in ihrer Praxis immer wieder neu zu begegnen.

44 Baecker 1994, S.100.

Literatur

- Baecker, Dirk: Soziale Hilfe als Funktionssystem der Gesellschaft. Zeitschrift für Soziologie, 2(23) (1994), S.93-110.
- Baecker, Dirk: Das wirkliche Problem ist, daß wir keine Probleme haben! In: Theodor M. Bardmann (Hg.), Zirkuläre Positionen. https://doi.org/10.1007/978-3-322-91676-1_8, Wiesbaden 1997, S.91-106.
- Balkow, Kerstin & Erath, Peter: Einführung in die Soziale Arbeit (German Edition). Stuttgart 2016.
- Banz, Claudia: Einleitung. In: Dies. (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016a, S.7-8.
- Banz, Claudia: Zwischen Widerstand und Affirmation. In: Dies. (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016b, S.11-25.
- Beucker, Nicolas: Design und die Sichtbarkeit möglicher Zukünfte. In C. Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.35-41.
- Boelen, Jan: Moving a small rock in the river is a great start! In: Arjo de Vries (Hg.), Master course. A critical dialogue. Eindhoven 2012, S.20-25.
- Cleven, Esther: Eigentlich sollten wir nicht mehr über Social Design sprechen. In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.43-59.
- Geiger, Annette: Social Design - ein Paradox? In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.61-68.
- Kirst, Nina: Social Design studieren (01.11.2019) URL: <https://page-online.de/branchekarriere/social-design-studieren/> (Abruf: 19.01.2020).
- Michel-Schwartz, Brigitta: Fallarbeit: ein theoretischer und methodischer Zugang. In: Dies. (Hg.), Methodenbuch Soziale Arbeit (2. Aufl.,). Wiesbaden 2009, S.121-154.
- Röllli, Marc: Design als soziales Phänomen. In: Claudia Banz (Hg.), Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.27-41.

CHRISTIAN BAUER

Schädliches Design

Demoralisierende Designtheorie?

Es gibt daher kein leereres Reden als das von solcher Möglichkeit und Unmöglichkeit. Insbesondere muß in der Philosophie von dem Aufzeigen, daß etwas möglich, oder daß auch noch etwas anderes möglich, oder daß etwas, wie man es auch ausdrückt, denkbar sei, nicht die Rede sein. [...] aber der Scharfsinn des leeren Verstandes gefällt sich am meisten in dem hohlen Ersinnen von Möglichkeiten und recht vielen Möglichkeiten.¹

(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)

Einleitung: Wie wollen wir leben? Wie *müssen* wir leben?

Gegenstand des folgenden Beitrags sind zwei Tendenzen des gegenwärtigen Designtheorie-Diskurses. Beide Tendenzen lassen sich durch ein typisch modernes Verhältnis gegenüber der Zukunft charakterisieren, das sich allgemeiner gesellschaftlicher Anerkennung erfreut und vor dem Hintergrund der theoretischen Ansprüche der Designtheorie diskutiert werden soll (Abschnitt 1). Eine erste Position geht davon aus, dass Design vom *Entwerfen* handelt und damit das Verhältnis der zeitgenössischen »Design-Gesellschaft« (Mateo Kries) zur Zukunft prägt (Abschnitt 2). Die zweite Position versteht Design als eine spekulative Praxis (Abschnitt 3). Beide Positionen charakterisiert ein abstraktes Denken in Optionen (Optionalismus), das durchaus schädlich sein kann, weil es die konkreten Folgen menschlichen Handelns nicht ausreichend in Rechnung stellt. Dies hat, wie in diesem Beitrag gezeigt werden soll, Folgen für den politischen Gehalt designtheoretischer Überlegungen, weil diese so zumeist an den Anforderungen des Tages vorbeiziehen und sich bestenfalls durch Allgemeingültigkeiten bewähren. Die damit einhergehende Unbekümmertheit in Zukunftsfragen klingt etwa in der beliebten Frage »Wie wollen wir leben?« an, wobei es zur Beantwortung dieser Frage zu genügen scheint, Thesen, Entwürfe oder Prototypen vorzulegen. Demgegenüber wird in diesem Aufsatz dafür argumentiert, der Frage »Wie wollen wir leben?« einen *zukunftssethischen* Rahmen zu geben und den Fokus auf die Frage »Wie *müssen* wir leben?« zu verlegen. Dabei soll mit der Umstellung auf diese Frage deutlich werden, warum dem Motiv des »kleinstmöglichen Eingriffs« ein zentraler Stellenwert zukommen muss. Statt uferloser Optionalismen und abstrakter Spekulationen ist ein Rückgriff auf stichhaltiges und konkretes Handlungswissen geboten, nicht zuletzt, um Design als »Disziplin«² und insbesondere die »Designforschung« als wissenschaftlich anschlussfähig auszuweisen (Abschnitt 4).

1 Hegel, G.W.F.: Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften (1830), § 143, Anmerkung.

2 Bürdek, Bernhard E.: Design ist (doch) eine Disziplin. In: Petra

Eisele / Bernhard E. Bürdek (Hg.), Design, Anfang des 21. Jh. Diskurse u. Perspektiven, Ludwigsburg 2011, S.10-21. Hier: S.14 f.

1. Weltkommunalpolitik zwischen Entwurf und Unterwerfung

Moderne Zeitgenossen unterliegen der Begründungspflicht, davon möchte man Theoretiker nicht ausnehmen. Auch sie folgen damit in der Regel der Aufforderung, mit der Sokrates die Passanten auf dem Marktplatz von Athen im vierundzwanzigsten Jahrhundert vor Christus anrempelte: »logon didonai« herrschte der Rüpel die Marktfrauen ebenso an wie die Sophisten, die auf der Agora ihre Dienste anboten. Sokrates forderte dazu auf, Rechenschaft abzulegen. Gib die Gründe oder Motive für dein Handeln an! Zeige dich als dem öffentlichen Leben gewachsen und als eine Person, die ihre jeweilige Profession soweit ernst nimmt, dass sie imstande ist, sich im Verhältnis zu den Aufgaben und Pflichten als belastbar zu erweisen – auch und gerade im sogenannten *Theoretischen*.

Für die Bürger Athens ist das Theoretische an das öffentliche Leben gebunden. Sie verstehen die jährlich stattfindenden Tragödien-Spiele als eine Möglichkeit, ihren derzeitigen politischen Zustand zu reflektieren. Sie sitzen versammelt im Amphitheater und sehen zum Beispiel Sophokles' *Antigone*. Im Theater erfahren sie, was geschieht, wenn unterschiedliche Rechtskonzeptionen miteinander im Widerstreit liegen. So *entwirft* Sophokles einen Konflikt zwischen dem Sakralrecht, verkörpert durch Antigone, die in Widerstreit mit dem weltlichen Recht, repräsentiert durch König Kreon, gerät. Im Anschluss an die Darstellung streiten die Bürger Athens darüber, welche Gründe Antigone gehabt haben mag, sich dem weltlichen Recht *nicht zu unterwerfen*. Die Tragödie ist politisch, weil sie die Konflikte zwischen konkurrierenden Gesetzmäßigkeiten sprachhandelnd in Konstellation bringt; im Hintergrund stehen die Gegebenheiten einer Welt.³

Man könnte sagen, dass wir heute in der Designtheorie nicht bedeutend weiter sind als die antiken Griechen. Sie gingen ins Theater, um dort etwas über die Standards des politischen Zusammenlebens zu erfahren. Durch Betrachtung der Tragödien haben sie erlebt, was passieren kann, wenn man dem individuellen Belieben verfällt und die Regeln missachtet, die für eine politische Körperschaft gelten. Dass es sich aber um ein Spiel handelte, war allen Beteiligten klar: Hier gibt es keine Fakten, nur Interpretationen. Bei einer noch so ernsten Fiktion gibt es Handlungs- und Interpretationsspielraum. Diesen Raum durch Fiktionen (Rechtsfiktionen, politische Ideen etc.) zu öffnen, ist das Verdienst der darstellenden Praxis wie einer reflexiven Praxis, die die Entdeckung der Griechen ist – *die Theorie*.⁴

3 Die Welt ist eine Gegebenheit, die bis in das Zeitalter der Renaissance hinein nicht infrage gestellt wurde, erst dann setzen die Versuche ein, Welt als solches mit Hilfe von Kunst und Wissenschaft zu entwerfen. Wer dagegen Welt von vornherein als Entwurf des Menschen konzipiert, arbeitet entweder historisch-anthropologischer – wie

etwa Vilém Flusser (in *Stand der Dinge*, 1993) oder designtheoretisch simplifizierend – wie Otl Aicher (*Welt als Entwurf*, 1991).

4 Vgl. Snell, Bruno: *Theorie und Praxis*. In: Ders., *Die Entdeckung des Geistes. Studien zur Entstehung des europäischen Denkens bei den Griechen*, Göttingen 2000, S.275-282.

Gegenwärtig erfreuen sich im Designtheorieunterricht an einschlägigen Hochschulen einige theoretische Werke besonderer Beliebtheit, darunter der Band *Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie* des Designtheoretikers Friedrich von Borries sowie die Publikation *Speculative Everything. Design, Fiction, and Social Dreaming* von Anthony Dunne und Fiona Raby. Beide Werke werden seit ihrem Erscheinen unter Designpraktikern wie -theoretikern stark rezipiert. Sie werden im weiteren Gang der Darstellung als repräsentativ angesehen für eine Tendenz, der man – so soll im Folgenden gezeigt werden – nicht unwidersprochen begegnen darf. Zumindest dann nicht, wenn man Design für eine begründenswerte und -pflichtige Praxis erachtet. Unterlässt man es dagegen, die eigenen Annahmen zu begründen, bekommt Designtheorie anmaßende und sogar schädigende Züge: Sie verfehlt sogar ihren Sinn und Zweck, Orientierung zu bieten, wahrhaft kritisch zu sein und glaubwürdiger Träger der Antizipation künftiger Ereignisse zu sein, von denen wir gerne wissen würden, ob sie schädlich, nützlich oder gar förderlich für bestimmte Personengruppen und Umwelten sein werden. Die Möglichkeit, dass Designtheorie diese Funktionen erfüllen kann, wird zweifelhaft, wenn man den Eindruck gewinnen muss, Designtheorie rette sich in den Modus der »Behauptungsphilosophie«⁵, die meint, es gäbe Wahrheit und moralische Urteile als schiere Setzungen, die keiner näheren Begründung und Prüfung bedürfen. Es stellt sich also im Folgenden die Frage nach dem »Geltungsanspruch«⁶ und der ethischen Belastbarkeit gewisser Annahmen über Politik, Gesellschaft und Welt und was sie aus Designersicht zusammenhält.

2. Design handelt vom Entwerfen

Der Designtheoretiker Gerhard Schweppenhäuser meint, dass es »bestimmt nicht schaden« könne, »wenn praktizierende Gestalterinnen und Gestalter, auch schon während ihres Studiums, auf eine so bunte Weise mit fragmentierten philosophischen Motiven bekannt gemacht werden«, wie im Falle von Friedrich von Borries' Buch *Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie*, in dem ein Kranz aus Hannah Arendt, Vilém Flusser, Martin Heidegger und einigen Heroen der Postmoderne wie Foucault & Co geflochten wird.⁷ Ich möchte von der Hypothese ausgehen, dass es in der Tat problematisch sein kann, wenn der Gestalter*innen-Nachwuchs den genannten Band liest und seinen Inhalt unkommentiert als »Designphilosophie«⁸ durchgehen sieht. Meines Erachtens handelt es sich schon eher um

5 Vgl. Steinweg, Marcus: Behauptungsphilosophie, Berlin 2006.

6 Im Hintergrund stehen Probleme des sog. »moralischen Realismus« und damit einhergehender Fragen der meta-ethischen Fundierung. (Vgl. dazu Gethmann, Carl Friedrich: Werden die Geltungsansprüche moralischer Urteile durch ihre »Objektivität« eingelöst? In: Julian Nida-Rümelin / Jan-Christoph Heilinger (Hg.),

Moral, Wissenschaft und Wahrheit, Berlin 2016, S.35-54)

7 Schweppenhäuser, Gerhard: Philosophie und kritische Theorie des Designs. In: Ders., Design, Philosophie und Medien. Perspektiven einer kritischen Entwurfs- und Gestaltungstheorie, Wiesbaden 2019, S.32.

8 Ebd., S.31.

ein Beispiel für den Erfolg der »Assertorik«⁹, die sich zunehmender Popularität in Designerkreisen erfreut, d.h. einer Art, das Spiel der Theorie zu spielen, das weithin ohne die »Beurteilungsprädikatoren«¹⁰ der Wissenschaft auskommt. Das Ganze wird pikanterweise im Gewand der logischen Darstellung dargeboten, als habe der Designtheorie-Interessierte Ludwig Wittgensteins *Tractatus logico-philosophicus* vor Augen. Borries bedient sich der formalen Struktur von Wittgensteins Werk, das nichts weniger als eine Epochenschrift ist und bis heute als Klassiker der Sprachphilosophie gilt. Bei der Lektüre des Bandes merkt man mit dem Blick des Fachphilosophen, dass seine Sätze selten über den Status bloßer Behauptungen hinausgehen. Ist das vielleicht der Ausweis eines besonderen Wagemuts oder einer lebendigen »Theorie des Entwerfens«¹¹? Ist es nicht nötig, Begründungen zu bieten? Geht es hier eher um Thesen-Kunst als um begründungspflichtige Philosophie? Zumindest legen Titel und Untertitel des Bandes einen anderen Anspruch nahe. Erster Satz, erste Behauptung:

Entwerfen ist das Gegenteil von Unterwerfen. Entwerfen. Unterwerfen. Alles, was gestaltet ist, unterwirft uns unter seine Bedingungen. Gleichzeitig befreit uns das Gestaltete aus dem Zustand der Unterwerfung, der Unterworfenheit. Design schafft Freiheit, Freiheit ermöglicht Handlungen, die zuvor nicht möglich oder nicht denkbar waren.¹²

Der Autor erweckt den Anschein, als ob es jenseits dieses Gegensatzes von Entwerfen und Unterwerfen kein Drittes, kein *tertium* im logischen Sinne (oder gar Viertes!) geben kann. Alles, was Menschen durch Kulturtechniken produzieren – Schrift, Alltagsobjekte, also die gesamte Güterwelt, sofern sie dereinst einmal mit der entwerferischen Praxis eines Designers oder Gestalters (lauter ungeschützte Berufsbezeichnungen) in Berührung gekommen ist –, sei also dem Gegensatz von Entwerfen und Unterwerfen unterworfen. Es ist entweder das eine oder das andere. Wer dieser Behauptung folgt, hat die Quintessenz des Designs eigentlich schon begriffen. Sie oder er kann sich im Verlaufe des übrigen Studiums den schönen Dingen des Lebens widmen – dem Verwerfen von Plänen, dem Wegwerfen gestalteter Dinge oder sich den seit Heideggers *Sein und Zeit* handelsüblichen Lebensentwurfspoetologien zuwenden, ohne die kein anspruchsvolles Unterhaltungsprogramm

9 Vgl. Götz, Matthias:
Vom Fehler. Formen, Funktionen und Folgen: Fiasco - ma non troppo, Basel 2014, S.13.

10 Beurteilungsprädikatoren sind in den Wissenschaften in Gebrauch, um »wahr/falsch«, »richtig/unrichtig«, »korrekt/inkorrekt«, »begründbar/unbegründbar« zu bestimmen und um testen zu können, ob Regeln des Argumentierens eingehalten werden. (Vgl. Gethmann 2016, S.48)

11 Schweppenhäuser macht deutlich, wie innig das philosophische Problem

der Designtheorie als einer Theorie des Entwerfens mit der Problematik des »Neo-Nominalismus« zusammenhängt, die eine Weise des Denkens darstellt, die überhaupt »keine philosophischen Begriffe verwenden« kann. (Vgl. Schweppenhäuser, Gerhard: Nominalismus und Realismus in der Ästhetik des Designs. In: Ders., 2019, S.63)

12 Borries, Friedrich von: Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie, Berlin 2017, S.9.

für Theoriebeflissene im Spätkapitalismus auskommt. Zwar kommen Borries' Thesen gut ohne die philosophiegeschichtliche Herleitung aus, also ohne das »geworfen-entwerfende In-der-Welt-sein«, das die »durchschnittliche Alltäglichkeit des Daseins« laut Heidegger ausmacht.¹³ Doch der Gegensatz, den Borries uns gleich zu Beginn seines Buches anbietet, ist nicht nur philosophiegeschichtlich, sondern inhaltlich unterbestimmt wie auch problematisch:

Erstens gibt es sowohl gelungene als auch schädigende Entwürfe. *Zweitens* ist auch die Rede von der Unterworfenheit, die dem Autor zufolge zu vermeiden wäre, doppeldeutig: Sie kann sowohl für die Unterworfenheit unter im weitesten Sinne ungerechte Systeme oder Herrschaftsstrukturen stehen als auch – und dies gilt es im Folgenden zu verdeutlichen – für die Orientierung des Designers an sozialen, ethischen oder politischen Rahmenbedingungen, die wohl nicht so leicht als fragwürdige Begrenzung gestalterischer Freiheiten interpretiert werden können. Kann es sich ein Architekt leisten, einen Entwurf ohne seine Umsetzung zu denken? Das kann er. Nur ist er dann nicht für die Umsetzung verantwortlich wie jene römischen Konstrukteure eines Aquädukts, die man unter ihrem Bau hat schlafen lassen, damit sie die Konsequenzen ihres Entwurfs am eigenen Leib erfahren.¹⁴

Wenn man bei Borries' These stehen bleiben würde, müsste man sagen, dass es im Grunde entweder a) das entwerfende Design gibt, das förderlich, weil mal befreiend-emanzipatorisch, mal »subversiv«¹⁵-widerständig ist, oder eben b) das unterwerfende Design, das grundsätzlich schädlich sei; schädlich ist es, weil es kein gutes Design ist. Doch was ist gutes Design? »Gutes Design ist nicht unterwerfend, sondern entwerfend.«¹⁶ Die holzschnittartige Dichotomie führt zu einem ebensolchen Designbegriff, der zwangsläufig unterbestimmt, abstrakt und undifferenziert bleibt – ein echtes Prokrustesbett. Design vorrangig als Entwurf zu denken, hat Tradition in der Designtheorie. Man würde eine Reihe von Gestaltern finden, die eine ähnliche Haltung beziehen; besonders prominent Otl Aicher, den Borries für sich in Anspruch nimmt.¹⁷ Auch deutet Borries an, dass es jenseits der von ihm installierten Dichotomie fließende Grenzen gibt – wozu aber dann der schroffe Gegensatz und nicht von vornherein eine differenzierte Theorie-Anlage?¹⁸

Wie bereits angedeutet, ruft Borries aus Philosophie und Designtheorie auf, was Rang und Namen hat. Er wartet mit den schweren Geschützen der Designkritik auf, wenn Viktor Papaneks Generalangriff auf die Designbranche aus *Design for the Real World. Human*

13 Heidegger, Martin: Sein und Zeit, Tübingen 2006, S.180 f.

14 Die größten Gefährdungen gehen von Leuten aus, die die von ihnen gesetzten Regeln, Maximen, Lebensbedingungen etc. nicht auf sich selbst beziehen müssen; die unheilvollen Effekte sieht man bei der Risikoverteilung in modernen Volkswirtschaften. (Vgl. dazu Taleb, Nassim Nicholas: Antifragilität. Anleitung für eine Welt, die wir nicht verstehen, München 2018 und Meadows, Donella H.: Die Grenzen

des Denkens. Wie wir sie mit System erkennen und überwinden können, hg. v. Sustainability Institute, München 2019, S.256 ff.)

15 Borries 2017, S.14 f.: »subversiv, gefährlich, aufrührerisch« sei Design, wenn es als der Ausgang aus der Unterwerfung, der »Unmündigkeit« und der »Unterworfenheit« konzipiert sei.

16 Ebd., S.37.

17 Vgl. ebd., S.14.

18 Vgl. ebd., S.20.

*Ecology and Social Change*¹⁹ zitiert wird. Die lakonische Konsequenz aus Papaneks Kritik lautet: »Nicht jedes Design ist emanzipatorisch.«²⁰ Bedauerlicherweise wird bei den meisten Lesern jedoch der unterkomplexe Gegensatz von Entwerfen und Unterwerfen in Erinnerung bleiben. Als problematisch kann er deswegen angesehen werden, weil er Gestalter einerseits zu überfordern, andererseits zu unterfordern droht. Überfordernd ist die Rede in dem Sinne, dass sie jedem Gestalter abverlangt, im Rahmen der gestalterischen Tätigkeit immer emanzipatorische Leistungen zu erbringen. Unterfordernd in dem Sinne, dass keinerlei Anspruch an den Designer formuliert wird, sich darüber Gedanken zu machen, ob sein Gestalten wirklich immer förderlich ist. Denn nur, weil ein Individuum dank Design persönlich Freiheitsgewinne verbucht, heißt das noch lange nicht, dass just jenes Design nicht andere Personen unterwirft. Kraft dieser Unterscheidung in Entwerfen und Unterwerfen wird auch unterschlagen, dass es unterwerfendes Design gibt, das förderlich sein kann und entwerfendes Design, das schädigend oder schädlich ist. Blicke man bei der simplen Modellannahme und unterschreibe den Borries'schen Analogieschluss, dass diese »dem Design inhärente Dichotomie [...] nicht nur eine gestalterische, sondern eine politische« sei, dann könnte sich der Autor leicht gravierende Missverständnisse seines unterbestimmten Begriffs des Politischen einhandeln.²¹ Mutmaßungen könnten laut werden, sein Verständnis von Politik wie Design ist auf der ebenso dichotomischen Ebene gefasst wie das »Feind-Freund-Schema« bei Carl Schmitt;²² mit all den unschönen Folgen, von denen er wissen müsste. Sonst schreibe er nicht unter 6.6:

Die Geschichte kennt viele politische Systeme, die den Anspruch erhoben haben, Welt zu entwerfen – die totalitären Regime des 20. Jahrhunderts sind dafür nur ein Beispiel. In vielen dieser politischen Systeme hat Design (in einem erweiterten Sinn, also Architektur, Städtebau, Kommunikationsdesign etc. miteinbegriffen) eine herausragende Rolle gespielt.²³

19 »Es gibt Berufe, die mehr Schaden anrichten als der des Industriedesigners, aber viele sind es nicht. Verlogener ist wahrscheinlich nur noch ein Beruf: Werbung zu machen, die Menschen davon überzeugen, dass sie Dinge kaufen müssen, die sie nicht brauchen, um Geld (auszugeben), das sie nicht haben, damit sie andere beeindrucken, denen das egal ist – das ist vermutlich der schlimmste Beruf, den es heute gibt. (...) Früher (...) musste man, wenn man gerne Menschen umbrachte, noch General werden, ein Kohlekraftwerk kaufen oder Kernphysik studieren. Heute kann durch industrielle Formgebung Mord auf Basis der Massenproduktion erfolgen.« (Ebd., S.20)

20 Ebd., S.21.

21 Ebd., S.10; Vgl. von Borries Fußnote Nr. 2, in der er die dichotomische Struktur des Designs widerruft, ist symptomatisch für das gesamte Buch, in der permanent mit schroffen Entgegensetzungen aufgewartet wird.

22 Vgl. Schmitt, Carl: Der Begriff des Politischen. Text von 1932 mit einem Vorwort und drei Corollarien, Berlin 2015.

23 Borries 2017, S.131.

Angesichts des Wissens um Verwicklungen in die weltanschaulichen Systemprogramme, die zur Historie des vergangenen Jahrhunderts zählen, nimmt es doch wunder, warum Bories ausgerechnet mit dem Titel *Weltenterfen* aufwartet, wenn doch nur zu klar ist, dass es sich um einen äußerst fragwürdigen Begriff handelt, der in die Sparte PR, Agitation und Propaganda gehört. Wieso dieses abstrakte Spiel mit dem Grusel der größtmöglichen Maßstäbe einerseits, um dann andererseits zuzugeben, dass auch die »vermeintlich kleinen Dinge«²⁴ mitbedacht werden müssen:

Wir können den Stuhl, den Tisch, den Wasserhahn nicht isoliert vom Weltzusammenhang denken, sondern nur als Pars pro Toto. Wenn wir heute designen, etwas bauen, etwas entwerfen, hat es einen Einfluss auf die Welt.²⁵

Diese nichtdissensfähige Einsicht ist zu ergänzen um die sündenstolze Rhetorik des *Einflusses auf die Gesellschaft*, für die Designer selbstverständlich Verantwortung mit übernehmen. Nur wie machen sie das de facto jenseits des Abstrakt-Proklamatorischen? Hier sind wir nun in jenem Bereich des *ethischen Diskurses* angekommen, wo die in meinem Titel apostrophierte Demoralisierung einsetzt:

- a) Ist es nicht demoralisierend, wenn der Einfluss und die damit einhergehende Verantwortung stets beteuert, aber kaum eine glaubwürdige Anstrengung unternommen wird, sich selbst als ethisch relevante Akteur*in und Verursacher*in nicht nur aufzurufen, sondern entsprechend zu handeln, nämlich: als rechtfertigungs- und begründungsfähige Person?
- b) Als ob dieses Zeichen-Setzen nicht seinerseits eine demoralisierende Wirkung im öffentlichen Raum entfalten würde: als Vergeblichkeit, als politisch meist opportune und darum auch konfliktfreie Äußerung, die ans Triviale, weil immer schon Richtige – eben Verantwortungsbewusste appelliert?

24 Ebd., S.133.

25 Ebd. Einfluss ist eine Kategorie, von der man sich als Wissenschaftler besser auf Abstand hält. (Vgl. Baxandall, Michael: Exkurs wider den Einfluß. In: Ders., Ursachen der Bilder. Über das historische Erklären von Kunst. Mit einer Einführung von Oskar Bätschmann, Berlin 1990, S.102-105) Ohnehin beschleicht einen das unguete Gefühl, dass der Autor und die Designgemeinde einer gefährlichen Illusion auf den Leim gehen, die man umso lieber nährt, als sie den Betreffenden einen sozialen Nimbus

einräumt, den sie ohne die Illusion des Einflusses nicht innehätten - die »teleologische Täuschung« (Taleb 2018, S.240 f.): »to be designed« heißt im Englischen, mit Absicht geformt, geplant und hergestellt. Eine Äquivokation liegt in der Luft, nämlich zu behaupten, dass alles, was mit Absicht gemacht wird, ein Akt des Designs ist. Die Heillosigkeit dieser Art von Aussagen erkennt derjenige, der für alles angeblich Beabsichtigte in ein Haftungsverhältnis eintreten soll.

Merken entsprechende Autoren eigentlich noch, welche »Trivialitäten«²⁶ artikuliert werden, wenn sie mehr oder minder beliebig mit den größten Welt-Ordnungen bzw. mittelgroßen Verantwortungswelten jonglieren, ohne dass sie die konkrete Arbeits- und Lebensrealität einer Gestalterpersönlichkeit in den Blick nehmen? Zum einen hat nur eine winzige Minderheit das politische Mandat zu derartigen Interventionen. Zum anderen muss die Frage zumindest gestellt sein, was die Designer als soziale Akteure nicht nur befähigt, sondern zum Übergreif auf Welt legitimiert: Aufgrund welcher extraordinären Ausbildung, welcher Befähigungen sind ausgerechnet Designer das richtige Personal für die Aufgabe der Weltgestaltung?²⁷ Ist es habituelle Naivität, die nicht konkret danach fragt, wo der Schuh im Weltgehäuse genauer drückt als an den menschlichen Bedürfnissen und sind diese allesamt rechtfertigbar im Licht der Vernunft?²⁸ Ist es der reinste Voluntarismus, der zur Selbstmandatierung führt? Oder sind diese Fragen, samt der damit einhergehenden ethischen Ansprüche, vielleicht einfach eine ungeheure Zumutung für »träumende Gestalter«, von denen es heißt, er oder sie seien Entwerfer von »Gegenwelten«, die »nicht in der Gegenwart, sondern in der Zukunft« liegen.²⁹

3. Design als spekulative Praxis

Wenn es Wirklichkeitssinn gibt, muß es auch Möglichkeitssinn geben – ist der Titel des vierten Kapitels des Epochenromans *Der Mann ohne Eigenschaften* von Robert Musil. Dort heißt es, es sei das Vorrecht der »Phantasten, Träumer, Schwächlinge und Besserwisser

26 >Trivial< im speziellen Sinne Heinz von Foersters, der im Sinne einer kybernetischen Lerntheorie davon ausgeht, dass es triviales, d.h. redundantes Lernen gibt, in der der Fragende immer schon die richtige Antwort der Frage (hier: die Verantwortung als Lösung) kennt. (Vgl. Foerster, Heinz von: Entdecken oder Erfinden. In: Einführung in den Konstruktivismus, München 2009, S.59 ff.) Ein ethischer Diskurs, in dem nicht immer schon die Antwort >Verantwortung< lautet, ist kaum anzutreffen. Wenn das Bezugsfeld der Verantwortung digitale Netzwelten sind, wird die Rede von der apostrophierten Verantwortung so gut wie gegenstandslos oder ein »Uding« im Sinne Flussers.

27 Dies war die Ausgangsfrage für eine Untersuchung. (Vgl. Bauer, Christian: Die Lange Linie: 1919 – 1949 – 1989 – 2019: Eine design-historische Standortbestimmung. In: HBKsaar (Hg.), Design / Demokratie, Saarbrücken 2019, S.15)

28 Naiv ist die Berufung auf menschliche Bedürfnisse dann, wenn weder zwischen Bedürfnissen und »Begehrenissen« (Wilhelm Kamlah / Gernot Böhme) unterschieden, noch die Verschiebung gesehen wird, die aus natürlichen Bedürfnissen gesellschaftliche macht und zu deren Bestätigung man sich immer schon den Spielregeln der Bezugsgesellschaft unterwerfen muss, was sicherlich kein menschliches Bedürfnis, sondern die schiere Notwendigkeit ist. Zu retten ist indessen der Gedanke an »eine Neugestaltung der Lebensverhältnisse«, die »sich primär an vitalen Bedürfnissen orientiert«, denn die Erfüllung dieses Versprechens der Designmoderne steht noch aus. (Vgl. Schweppenhäuser, Gerhard: Designtheorie zwischen Aufklärungskritik und Gegenaufklärung. In: Ders. 2019, S.39-55. Hier: S.53)

29 Borries 2017, S.126.

oder Krittker«, das, »was ist, nicht wichtiger zu nehmen als das, was nicht ist.«³⁰ Die Träger der Einbildungskräfte sind zugleich die Hoffnungsträger, wenn es in Kunst und Wissenschaft um den Wandel von Paradigmen geht. Sie erschließen neue Optionen. In dieser Perspektive sind Designer neben Künstlern, Literaten und anderen selbsterklärten Nonkonformisten eine weitere Akteursgruppe, die von und in dem Glauben lebt, etwas Triftiges oder Wichtiges über die Zukunft aussagen zu können. Laut Borries ist »der häufigste Typus des entwerfenden Designers« der »pragmatische Schläfer« der, wenn er erwacht, heimlich subversive Konzepte anzuzetteln versteht.³¹ Der pragmatische Schläfer steht für die Erweiterung des Möglichkeitssinns und -raums: für Widerstand; wohlgerichtet aber im Modus des »möglicherweise einmal«³², der Machart des reinen Optionalismus. Die Routine des Optionalisten ist der tägliche Hinweis auf bestehende Möglichkeiten, die dadurch weder wahrer, richtiger noch realer werden müssen. Dafür tönen sie aber mit der Zeit immer plausibler. Durch Redundanzeffekte mögen die Verweise auf Optionen einerseits visionäre Potenziale eröffnen und die Intelligenz für eine Welt schärfen, die wir nicht verstehen. Andererseits können sie dazu beitragen, im Lichte der Öffentlichkeit »die bewußte Leugnung der Tatsachen – die Fähigkeit zu lügen – und das Vermögen, die Wirklichkeit zu ändern – die Fähigkeit zu handeln« – also die »Einbildungskraft« der Sprach- und Bildakteure wie ihrer Rezipienten zu trainieren.³³

Damit wären wir bei den intellektuellen und gestalterischen Werkzeugen des *Speculative Design* angekommen, die hier ebenfalls einer kritischen Betrachtung unterzogen werden sollen. Denn im Speculative-Design zeigt sich verstärkt die Tendenz, dem Design-Nachwuchs neue Möglichkeiten aufzuzeigen, Möglichkeiten, die ebenso offen wie unvollendet bleiben. Sie sind wohl beraten, – Designer *wie* Optionen – offen wie unvollendet zu bleiben. Denn man hat sich in der Rolle eingerichtet, diejenige Akteursgruppe zu sein, die zwar ihre »Fähigkeit in Veränderungsprozesse einbringen« möchte, aber zugleich »nicht von einer Machtposition« aus agieren will.³⁴ Dem Faktor Macht geht man, selbstverständlich in kritischer Absicht, aus dem Weg und der an die Macht geknüpften Belastung durch etwaige politische Wertsetzungsgewalt und Verantwortung mit Sicherheit auch.³⁵ Da ist die Rolle des *social dreamers* viel eleganter und komfortabler. Man bekleckert sich nicht mit dem Schmutz des politischen Alltags, wo mit Augenmaß dicke Bretter gebohrt werden müs-

30 Musil, Robert: Der Mann ohne Eigenschaften. Roman. Erstes und Zweites Buch, hg. v. Adolf Frisé, Frankfurt am Main 2005, S.16.

31 Borries 2017, S.127.

32 Ebd., S.126.

33 Arendt, Hannah: Lüge in der Politik. In: Dies., Wahrheit und Lüge in der Politik. Zwei Essays, München 2017, S.7-43. Hier: S.8 f.

34 Borries 2017, S.125.

35 Zu Zeiten der Aufklärung ging man davon aus, dass sich die formgebenden Kapazitäten des Menschen auch

auf Gesetze und Normen richten. So spricht Kant in der »Grundlegung zur Metaphysik der Sitten« von der Eleutheronomie, um damit die Freiheit zu bezeichnen, »die sich an die Form des Gesetzes bindet.« (Bolz, Norbert: Das richtige Leben, München 2014, S.126) An dieser Formgebung sucht Borries im besten Sinn Anschluss; aber ein Entwurf ist und bleibt keine Begründung, sondern nur eine Evidenz mit unsicherem Geltungsanspruch.

sen. Besser man ist in der Rolle des Impulsgebers, der mit viel Leidenschaft und Herzblut *kriterienfrei* träumt und künftige Gesellschaftszustände antizipiert.

Während Borries sein Prokrustesbett aufstellt und alles auf Fragen des Entwerfens und Unterwerfens zu reduzieren versucht, hat man es im Falle des Speculative-Designs mit einem Diskursfeld zu tun, auf dem erst einmal *alles möglich* erscheint: Prototypenentwicklung, utopische genauso wie auch dystopische Entwürfe. Die Akteure des Speculative-Design gehen davon aus, dass sie »the realm of the unreal«³⁶ bespielen, also fiktionale Bereiche oder mögliche Welten erschließen. Diese Bereiche können in Konflikt mit bestehenden oder erwartbaren sozialen und politischen Realitäten stehen. Wo genau politische Macht- und Interessenkämpfe der Gegenwart *oder* der Zukunft angehören, wird meist aber nicht wirklich deutlich. Dies liegt eindeutig an der nicht hinreichend ausbuchstabierten Methode des Speculative-Design: Sie schnürt in dem Band *Speculative Everything* zu einer Übersichtsdarstellung und in ein Bild denkbarer Zukünfte zusammen. Im sogenannten »future cone«³⁷ ist der Möglichkeitsraum zu sehen, den Designer*innen aus ihrer jeweiligen Gegenwart heraus ausschöpfen können. Das Spektrum, das sich darbietet, besteht aus »PROBABLE / PLAUSIBLE / POSSIBLE / PREFERABLE«³⁸. Sicherlich ist es mit den besten Absichten entwickelt worden. Doch wie sagt ein englisches Sprichwort: *the way to hell is paved with good intentions*. Will heißen, auch wenn Dunne und Raby sich klar abgrenzen von all jenen, die »The Future«³⁹ bewirtschaften – Technologen, Trend- und Zukunftsinstitute (à la Gartner & Co), wird meines Erachtens ohne eine profunde philosophische, sozialwissenschaftliche und wissenschaftstheoretische Analyse das kritische Potenzial des Ansatzes verspielt. Da hilft auch kein Labelling mit theoriekompatiblen Buzzwords wie »design fiction, design futures, antidesign, radical design, design for debate, adversial design, discursive design, futurscaping«⁴⁰; diese Schlagworte haben jenseits des eigenen Klientels keinerlei Bedeutung. Was helfen würde, wäre eine Vertiefung der Auseinandersetzung mit dem Problem, welchen Geltungsanspruch Design *begründetermaßen* erheben kann, wenn der Gegenstand der Erkenntnis das noch Formlose, eine mögliche Zukunft sein soll, aber diese *Prä-Präsentation* immer gegenwartsgebunden bleibt.

Zurück zum *future cone* und dem darin vergegenständlichten Verlangen nach einer Bearbeitung *der Zukunft* – zum Vergleich: Niklas Luhmann fragt eingangs in seinem Band *Soziologie des Risikos*:

Wie kommt die Gesellschaft im Normalvollzug ihrer Operationen mit einer Zukunft zurecht, über die sich nichts Gewisses, sondern nur noch mehr oder weniger Wahrscheinliches bzw. Unwahrscheinliches ausmachen läßt?⁴¹

36 Dunne, Anthony / Raby, Fiona:
Speculative Everything. Design
Fiction, and Social Dreaming,
Cambridge / London 2013, S.11.

37 Ebd., S.5. Ursprünglicher Urheber
des future cone sei der Futurologe
Stuart Candy.

38 Ebd., S.2.

39 Ebd.

40 Ebd.

41 Luhmann, Niklas: Soziologie des
Risikos, Berlin 1991, S.3.

Vor dem Hintergrund dieser naheliegenden Frage wird sofort deutlich, dass das Future-cone-Denkbild eigentümlich unscharf bleibt, was Akteure, Organisationen, Operationen und Kriterien der Beurteilung betrifft, was wünschenswert, erwartbar, plausibel, möglich usw. sei. Sie lässt die Interessierten mit einem an und für sich brauchbaren Instrument zur Imaginationssteuerung zurück. Doch wer entscheidet konkret darüber, was wünschenswert, erwartbar, plausibel, möglich sei? Wer verfügt über die Urteilskraft, die Konfusion zu klären, die von dieser Stafette ausgelöst wird? Wer übersetzt die Bilder, Objekte und Inszenierungen des Speculative Designs, die vorgeben, Zukünfte sichtbar zu machen – *in unserer Gegenwart!* – wer übersetzt sie in Aussagen? Denn nur Aussagen können wir auf ihren propositionalen Gehalt überprüfen. Resultate dieser Prüfung nach Kriterien sind dann z. B. »gültige/ungültige Aussage« oder »rechtfertigbar/nicht rechtfertigbare Aussage«. Warum benötigen wir diese Art der Auskunft? Weil es um Politik, weil es um Zukunftsbewirtschaftung, weil es um konkrete Lebenschancen oder deren Vernichtung geht – und dafür benötigen wir Begründungen und Rechtfertigungen. Ansonsten herrscht Design-Willkür!

Vorschlagshalber sollte also das Future-cone-Werkzeug mit Konzept-Begriffen verschaltet werden, um etwas mehr Trennschärfe in den potenziellen Aussagen zu erhalten. In der modernen Gesellschaft sind das Begriffe, die uns dabei unterstützen, Zukünfte zu koordinieren, Begriffe wie »Risiko«, »Entscheidung«, »Kalkül«, »Rationalität« und immer häufiger, »Information«⁴² (bzw. »Daten«⁴³). Selbst wenn man die mit diesen Konzeptbegriffen beschreibbaren Modelle aufruft, ist zwar noch nicht gesichert, dass es tatsächlich zu einer sinnvollen Verständigung über die damit einhergehenden Verantwortlichkeiten kommen wird. Anders gesprochen: Selbst die problemsensiblen Designer*innen, die sich des Speculative-Designs bedienen, um in diesem Medium Kritik zu formulieren, werden sich bei ihren jeweiligen Zukunftsentwürfen schwertun, konkret festzumachen, wo diese erwartbaren Zukünfte das Maß des ethisch Zumutbaren überschreiten.

Das wissenschaftstheoretische Problem im Umgang mit dem Speculative-Design-Ansatz scheint mir zu sein, dass dieser Ansatz zu unspezifisch ist, um damit entwickelte Entwürfe auf ihre Angemessenheit oder Unangemessenheit hin prüfen zu können. Ihm fehlt ein echtes Kriterium der Falsifizierbarkeit. Dies liegt an dem prekären Aussagetypus von Prototypen. Überführt man Prototypen in einen Diskurs, muss man sich fragen: Handelt es sich beim jeweiligen Prototyp um eine Behauptung oder um eine Aufforderung? Von dieser Unterscheidung hängt der Status des Objekts im Diskursfeld ab: Handelt es sich um eine »Behauptung«, agieren wir auf der Ebene eines Begründungsdiskurses, wird damit eine »Aufforderung« verbunden, haben wir es mit einem Rechtfertigungsdiskurs zu tun.⁴⁴ So viel Klarheit wäre wünschenswert, um innerhalb eines evaluativen Vorgangs entscheiden zu können, ob das Design aus triftigen Gründen beansprucht, kritisch zu sein. Wenn Designer*innen tatsächlich Zukunft verantwortlich organisieren und im Sinne des

42 Vgl. dazu Bauer, Christian: Informationstheorie für Designer, Stuttgart 2018.

43 Eingedenk des Umstands, dass mehr Daten nicht bessere oder rationale Entscheidungen bedeuten müssen.

44 Gethmann 2016, S. 46.

Erhalts von Lebenschancen für künftige Generationen agieren wollen, sollten sie sich fragen, wie sie mit diesen Personengruppen interagieren respektive kommunizieren – etwa über Prototypen?

Wäre es nicht allzu menschlich, wenn künftige Generationen unsere Entwürfe der Zukunft weit von sich wiesen? Für die Leute der Zukunft sind unsere Prototypen von gestern und damit hinfällig. Wird so nicht eine Absurdität installiert, die wir zu Genüge aus der Werbung kennen: Objekt fetisch, wohin das Auge blickt, Botschafterprojekte, die in einer Art und Weise präsentiert werden, dass Betrachter ernsthaft erwägen müssen, ob im Grunde die individuelle Gestalterpositionierung selbst der eigentliche Designakt ist? In der Tat sind viele Ansätze in *Speculative Everything* dargestellt, die eine Spekulation über mögliche Zukünfte beflügeln könnten. Aber was es neben den gestalterischen Höhenflügen gleichermaßen bedarf, ist die Bestimmung des Realen und die Ankunft in den Niederungen des Politischen. Zur critical »attitude« und »position« sollte auch der Umstand gehören, dass selbst die besten kritischen Optionen beileibe nicht von sich behaupten könnten, sie seien unschädlich; sie sind *lediglich kritisch* bzw. »good critical design«. ⁴⁵ Wenn doch, bei aller kritischen Haltung, die Gefahr besteht, dass es um den »style« geht, »rather than an approach«, ist man an der Wegscheide angekommen, wo sich Designer entscheiden müssen zwischen Entwurf oder Erkenntnis: Die schlechte Nachricht für die um Haltung ringenden *critical designer* ist, dass just das, was sie stets mit Fleiß, Fantasie und Spekulation anstreben, sich ihnen zuletzt immer, stets und auf ewig entziehen wird: *die Zukunft*. Selbstkritischere Speculative-Designer*innen sollten sich fragen, ob das Kalkül aufgeht, das sie bespielen: Meint man ernsthaft, designinteressierten Betrachtern kurz einen erhabenen Schrecken einjagen zu können, der dann zu einer Verhaltensänderung führt? ⁴⁶ Oder ist es vielleicht so, dass wenn etwas als Möglichkeit auftritt, dies eben auch heißt, dass es abertausende andere Optionen ebenfalls gibt, und also kein reeller Handlungsdruck gegeben sein muss?

45 Über den Ausdruck critical design, den Dunne und Raby Mitte der 1990er-Jahre prägten, sagen sie selbst: »It was more of an attitude than everything else, a position rather than a methodology.« (Dunne / Raby 2013, S.34) Ohne eine ernsthafte Anstrengung des Begriffs auf sich zu nehmen, kann die Rede vom »good critical design« haltlos wirken kann. (Vgl. ebd., S.35; dazu Bauer, Christian: *The Varieties of Goodness or How Meta-Ethicists Recognize Good Graphic Design*. In: Ingo Offermanns et al. (Hg.): *Graphic Design is (...) Not Innocent*, Amsterdam 2021 [im Erscheinen])

46 So z.B. das Projekt Train, S.185 ff. Als »zynisch« sei der Umstand qualifiziert, dass nicht ernsthaft der Versuch unternommen wird, Welt und Wirklichkeit wesentlich anders, denn immer schon als Bild vorzustellen. Darin kann ich kein kritisches geistiges Potenzial, sondern bloß »Bild« und immer wieder die Reproduktion von »Bild« erkennen, worin selbst die Personen wie in der Werbung als »Figuren« aufscheinen, die »zum bloßen Grunde degeneriert (background music)« sind. (Anders, Günther: *Die Antiquiertheit des Menschen. Zweiter Band: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution*, München 1980, S.250)

4. Wie *müssen* wir leben? Notwendigkeiten und *intervento minimo*

Der aus meiner Sicht entscheidende Punkt ist folgender: Es ist bekannt, dass die Gattung Mensch eine globale Selbstmörderparty veranstaltet. Diesen seit dem 1970er-Jahren hinlänglich beforschten Umstand gilt es naturgemäß zu camouflieren und mit allen nur erdenklichen Mitteln aus dem Bewusstsein der Leute herauszuhalten.⁴⁷ Wenn mir ernsthaft täglich bewusst wäre, dass ich als Vertreter der Menschheit (im Sinne I. Kants, H. Arendts und H. Jonas') mit meinem Verhalten und Handeln der Maßstab bin für die Gattung, dann müsste ich es unterlassen, mit einer Mentalität an die Dinge des Lebens heranzugehen, wie sie mir als Durchschnittsbundesbürger selbstverständlich zu eigen ist: Ich gehe von deutscher Tüchtigkeit beseelt einem Erwerbsleben nach, das mir Zufuhr von Proteinen in Form von Rind- und Schweinefleisch sichert, das ich bereit bin mit meiner Familie, WG oder mit mir selbst zu teilen auf über 40m² Wohnraum pro Person. Ich beteilige mich täglich mit einer stattlichen Karosse, die mir Sicherheit und soziale Distinktion gewährt, am individuellen Nahverkehr, um zur Arbeit zu gelangen, die es mir wiederum ermöglicht, mich mitsamt meiner bevorzugten Bezugsperson zweimal im Jahr an entlegene Orte der Erde zu begeben, um dort dem Stoffwechsel mit der Natur nachzugehen. Wir nehmen dieses Lebenskonzept als Maßstab für die Bewirtschaftung allzu menschlicher Bedürfnisse hin und rechnen es spielerisch hoch auf 7,3 Milliarden Menschen und rechnen es weiter hoch auf 9 Milliarden Menschen zum statistisch erwartbaren Zeitpunkt 2040. Eine zukunfts-ethisch relevante Frage könnte sein: Werde ich das richtige Leben geführt haben? Für mich als Monade, vielleicht. Als Gattungswesen bin ich schon eher Mitveranstalter bei der planetaren Selbsterstörungsorgie. Ich bin mir nicht sicher, ob es großartiger Zukunftsbe-fragungen durch Designer*innen und ausufernder Spekulation bedarf, die mir mehr denn je als Design-Eskapismus erscheint: Hier wird mit dem Anschein operiert, als ob da noch viel Spielraum wäre. Eher schon sollten sie sich möglichst klar das seit 150 Jahren stattfindende rapide Bevölkerungswachstum vor Augen führen und extrapolieren, wie das Ganze einen guten Ausgang nehmen kann. Erste Übung: Verallgemeinere deine eigene Lebens-führung ins Milliardenfache! Und entsinne dich des zweiten Chorlieds der *Antigone*: »Unge-heuer ist viel und nichts//Ungeheurer als der Mensch.«⁴⁸

47 Vgl. Meadows, Donella H./ Meadows, Daniel L. / Randers, Jørgen / Behrens, William W. III: *The Limits to Growth. A Report for the Club of Rome's Project on the predicament of mankind*, New York 1972.

48 Ungeheuer ist der Mensch aufgrund des mind-behavior-gaps, den wir tagtäglich vergrößern, indem wir unser Wissen über die Erderwärmung und den erwartbaren ökologischen Kollaps anreichern, aber unser Ver-

halten nicht entsprechend daraufhin anpassen. (Bauer, Christian: *Data, Mind, Behavior. Informationsethik als Zukunftsethik*. In: Thomas Knubben, Erich Schöls / Ulrich Braun (Hg.), *Weltkulturatlas. Kultur in Zeiten der Globalisierung. Daten, Geschichten, Grafiken, Analysen*, Stuttgart 2019, S.141-153. Hier: S.150 f.)

Es ist Usus, dass zu Beginn von Konferenzen, an denen sich Designtheoretiker*innen versammeln, alle die Frage stellen: »Wie wollen wir leben?« Das ist deshalb die Lieblingsfrage unserer Branche, weil sie ein Freiheitsversprechen zur Sprache bringt, an das wir alle unseren Glauben heften wollen. Das Neueste Testament unter den Gestaltungsfrommen besagt: *Du kannst Gesellschaft gestalten!* Und wenn es tausendmal nicht stimmt, die Möglichkeit besteht – *credo quia absurdum*. Der Mitbegründer des Soziodesigns Lucius Burckhardt hat stets betont, dass wir immer nur kleine Ausschnitte des Realen beobachten, bestimmen, begehen und betasten können. Allein deshalb bedarf es besonderer Anstrengungen, um diese Tranchen der Realität sozial verträglich zu gestalten. Da alles große Wirkenwollen im Desaster, in der Machtanmaßung und in der Kultur- und Umweltzerstörung endet, sind wir in der Designpraxis ethisch wohlberaten, sein Credo vom »kleinstmöglichen Eingriff«⁴⁹ zu beherzigen und die Frage, wie wir leben wollen, probenhalber ad acta zu legen. Stattdessen lohnte es sich zu fragen, wie wir angesichts der globalen Zumutungen und Entwicklungsperspektiven leben *müssen*. Dieser Fragetypus verweist auf das Notwendige. »Wie müssen wir leben?« liefere ja darauf hinaus, dass wir

- a) die Ressourcen wirklich schützen und nicht länger ausbeuten dürfen;
- b) nicht die Wette auf die Segnungen des technologischen Fortschritts machen und zur Abwechslung einmal über die Auswirkungen des weltweiten Bevölkerungswachstums reden;⁵⁰
- c) in der Folge uns mit den kulturellen und v.a. religiösen Grundlagen befassen, die seit 2.500 Jahren, trotz einiger Reformations- und Aufklärungsversuche, sich noch nicht wirklich bewegt haben, was Geschlechter-, Eigentums- und Reproduktionsverhältnisse betrifft, die sozial nachhaltig wären.

Wir sind als Menschen vielleicht die *Irrläufer der Evolution*, die in verschiedenen Hinsichten bereits in der »Endzeit«⁵¹ angekommen sind, – atomar-nuklear, natur- und moralphiloso-

49 Burckhardt, Lucius: Der kleinstmögliche Eingriff oder die Rückführung der Planung auf das Planbare, Berlin 2013; vgl. ders., in: Bazon Brock (Hg.), Die Kinder fressen ihre Revolution. Wohnen – Planen – Bauen – Gründen, 1985, S. 225–322, besonders S. 241 ff.

50 Im Gegensatz zum »Brundlandt-Bericht« (1987) und der daraus abgeleiteten allgemeingültigen Definition von »Nachhaltigkeit«, auf die sich die Weltgemeinschaft (UN) unter dem Vorzeichen der »Sustainable Development Goals« (SDG) verständigt hat: »Nachhaltige Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass

künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.« Wir finden diesen Ansatz auf der Ebene der Bundesländer, der BRD, der UN wieder – ohne dass jemals die Qualität unserer derzeitigen Bedürfnisse ernsthaft infrage gestellt würde, geschweige denn, dass man in Erwägung zöge, dass künftige Generationen eventuell mit Abstrichen werden leben müssen, was den Heißhunger auf Waren aller Art beträfe. Stattdessen lautet – seit 1987! – das Signal: Es gilt, den Status quo aufrecht zu erhalten.

51 Koestler, Arthur: Der Mensch – Irrläufer der Evolution. Eine Anatomie der menschlichen Vernunft und Unvernunft, Bern / München 1978, S. 9.

phisch. Die Resthoffnung besteht meines Erachtens tatsächlich eher in einer Art von spiritueller Wende respektive Bewusstseinsveränderung. Die klingt schon seit vielen Jahren bei all jenen an, die in Kunst und Wissenschaft von Empathie, Achtsamkeit und Kooperation reden und von der aktionistischen Mehrheit stets belächelt werden.⁵² Es sind dies aber jene, die ein Gewissen haben, die mit dem Gefühl der Schuld leben müssen und die aus diesem inneren Erleben heraus eine Wende wünschen. Sie werden aber nicht Luthers Weg einschlagen und noch einen Baum pflanzen, bevor der Atompilz detoniert, sondern sie nehmen unter den Bäumen Platz und machen das, was nottut, *nämlich nichts* – sie haben sich die Regel des Nichttuns im Sinne des Unterlassens auferlegt. Sie de-signen nicht, sie re-signieren, sie setzen keine hysterischen Zeichen mehr. Sie halten inne und beobachten wie wahre Natur-Wissenschaftler (in Goethes Sinn) die Erscheinung. Und je länger sie beobachten, desto mehr verzögern sie das Wachstum und warten tief durchatmend darauf, zur Ruhe zu kommen. Die Zukunft des Designs – gehört sie einem Kloster samt Bauernhof? Wo darüber nachgedacht wird, ob es nützlicher sei, die Dinge ruhig wachsen zu lassen?

Die Welt erobern wollen durch Handeln:
 Ich habe erfahren, daß das mißlingt.
 Die Welt ist ein geistig Ding,
 Das man nicht behandeln darf.
 Wer handelt, verdirbt sie,
 Wer festhält, verliert sie.⁵³

Bazon Brock berichtete mir einst von Burckhardts Interesse für die mystischen Traditionen des Ostens wie des Westens. Mystiker sind Leute, die nicht nur auf das Sichtbare schauen, sondern die sich auf das Horchen – nicht das Ge-Horchen! – einlassen. Sie stellen, während sie am Bach sitzen, fest, dass es darauf ankommt, *einen* Stein umzudrehen: Ein Stein genügt, und der Fluss des kleinen Stroms nimmt einen anderen Verlauf. Dies sei das Denkbild gewesen, aus dem Burckhardt seine Lehre vom »*intervento minimo*«⁵⁴ entfaltet habe. Auf den Alltag angewandt bedeutet der kleinstmögliche Eingriff für Designer*innen wie ihre Nutznießer, sich angesichts eines Produkts, eines gestalteten Prozesses oder eines Systems mit folgenden Fragen zu befassen:

Ist es vielfach verwendbar? – Ist es langlebig? – In welchem Zustand wirft man es fort, und was wird dann daraus? – Läßt es den Benutzer von zentralen Versorgungs-

52 Vgl. Beyer, Thiemo: Grenzen der Empathie. Philosophische, psychologische und anthropologische Perspektiven, München 2013; Bauer, Joachim: Prinzip Menschlichkeit: Warum wir von Natur aus kooperieren, Hamburg 2006; Breithaupt, Fritz: Kulturen der Empathie, Frankfurt am Main 2009.

53 Tao-Te-King, zit. nach: Snell, Bruno 2008, S.276.

54 Brock, Bazon: Lustmarsch durchs Theoriegelände. Musealisiert Euch! Köln 2008, S.267.

oder Services abhängig werden, oder kann es dezentralisiert gebraucht werden? – Privilegiert es den Nutzer, oder regt es zur Gemeinsamkeit an? – Ist es frei wählbar, oder zwingt es zu weiteren Käufen?⁵⁵

Wer sich mit diesen Fragen befasst, unterdrückt nicht den Aspekt der Umsetzung und der Handlungsfolgen im einseitigen und abstrakt bleibenden Insistieren auf die Entwurfskategorie. Stattdessen wird der soziale Wirkungszusammenhang zwischen Produzenten, Distribuenten und Konsumenten von Design greifbarer. Wer sich mit dem Entwurf *und* seiner Umsetzung befasst, wird – nolens volens – demütiger. Dieser Einstellung entspricht auf systemischer, wirtschaftlicher, ethischer und politischer Ebene das Bewusstsein eines »small is beautiful«⁵⁶: Die Verantwortung für eine gelingende Kooperation bspw. im Sinn der Entfaltung »kommunaler Intelligenz« [Gerald Hüther] liegt meist in den Händen einer Schar von Gestaltungswilligen, die einerseits nicht handlungsfrigide sein dürfen, andererseits getragen sind von einer liebenden und freudvoll-bejahenden Haltung, die sie daran hindert, Großes zu wollen. Und sie meinen zu wissen, *wie wir leben müssen*: in größtmöglicher Bescheidenheit, getragen vom Wissen des Nichtwissens und voller Empathie für das kreatürliche Leben. »Schade niemanden, vielmehr hilf allen, soweit du kannst« [Arthur Schopenhauer].⁵⁷

55 Burckhardt 1985, S.55.

56 Vgl. Schumacher, Ernst F.: Small is beautiful. Die Rückkehr zum menschlichen Maß, München 2019.

57 Zu Schopenhauer und einer zeitgemäßen Ethik im Kommunikationsdesign. (Schweppenhäuser, Gerhard / Bauer, Christian: Ethik im Kommunikationsdesign. Verständigung, Verantwortung und Orientierung als Kriterien visueller Gestaltung, Würzburg 2017, S.137 ff.)

Literatur

- Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen. Zweiter Band: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution, München 1980.
- Arendt, Hannah: Lüge in der Politik. In: Dies., Wahrheit und Lüge in der Politik. Zwei Essays, München 2017, S.7-43.
- Bauer, Christian: Informationstheorie für Designer, Stuttgart 2018.
- Bauer, Christian: Die Lange Linie: 1919 - 1949 - 1989 - 2019: Eine designhistorische Standortbestimmung. In: HBKsaar (Hg.), Design / Demokratie, Saarbrücken 2019, S.15-19.
- Bauer, Christian: Data, Mind, Behavior. Informationsethik als Zukunftsethik. In: Thomas Knubben, Erich Schöls / Ulrich Braun (Hg.), Weltkulturatlas. Kultur in Zeiten der Globalisierung. Daten, Geschichten, Grafiken, Analysen, Stuttgart 2019, S.141-153.
- Bauer, Christian: The Varieties of Goodness or How Meta-Ethicists Recognize Good Graphic Design. In: Ingo Offermanns et al. (Hg.), Graphic Design is (...) Not Innocent, Amsterdam 2021. [im Erscheinen]
- Bauer, Joachim: Prinzip Menschlichkeit: Warum wir von Natur aus kooperieren, Hamburg 2006.
- Baxandall, Michael: Ursachen der Bilder. Über das historische Erklären von Kunst. Mit einer Einführung von Oskar Bätschmann, Berlin 1990.
- Beyer, Thimo: Grenzen der Empathie. Philosophische, psychologische und anthropologische Perspektiven, München 2013.
- Bolz, Norbert: Das richtige Leben, München 2014.
- Borries, Friedrich von: Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie, Berlin 2017.
- Breithaupt, Fritz: Kulturen der Empathie, Frankfurt am Main 2009.
- Brock, Bazon: Lustmarsch durchs Theoriegelände. Musealisiert Euch! Köln 1985.
- Burckhardt, Lucius: Der kleinstmögliche Eingriff oder die Rückführung der Planung auf das Planbare, Berlin 2013.
- Burckhardt, Lucius: Die Kinder fressen ihre Revolution. Wohnen - Planen - Bauen - Gründen, hg. v. Bazon Brock, 1985, S.225-322.
- Bürdek, Bernhard E.: Design ist (doch) eine Disziplin. In: Petra Eisele / Bernhard E. Bürdek (Hg.), Design, Anfang des 21. Jh. Diskurse u. Perspektiven, Ludwigsburg 2011, S.10-21.
- Dunne, Anthony / Raby, Fiona: Speculative Everything. Design Fiction, and Social Dreaming, Cambridge / London 2013.
- Foerster, Heinz von: Entdecken oder Erfinden. In: Einführung in den Konstruktivismus, München 2009.
- Gethmann, Carl Friedrich: Werden die Geltungsansprüche moralischer Urteile durch ihre >Objektivität< eingelöst? In: Julian Nida-Rümelin / Jan-Christoph Heilinger (Hg.), Moral, Wissenschaft und Wahrheit, Berlin 2016, S.35-54.
- Götz, Matthias: Vom Fehler. Formen, Funktionen und Folgen: Fiasco - ma non troppo, Basel 2014.

Heidegger, Martin: Sein und Zeit, Tübingen 2006.

Koestler, Arthur: Der Mensch - Irrläufer der Evolution. Eine Anatomie der menschlichen Vernunft und Unvernunft, Bern / München 1978.

Luhmann, Niklas: Soziologie des Risikos, Berlin 1991.

Meadows, Donella H. / Meadows, Daniel L. / Randers, Jørgen / Behrens, William W. III: The Limits to Growth. A Report for the Club of Rome's Project on the predicament of mankind, New York 1972.

Meadows, Donella H.: Die Grenzen des Denkens. Wie wir sie mit System erkennen und überwinden können, hg. v. Sustainability Institute, München 2019.

Musil, Robert: Der Mann ohne Eigenschaften. Roman. Erstes und Zweites Buch, hg. v. Adolf Frisé, Frankfurt am Main 2005.

Schmitt, Carl: Der Begriff des Politischen. Text von 1932 mit einem Vorwort und drei Corollarien, Berlin 2015.

Schumacher, Ernst F.: Small is beautiful. Die Rückkehr zum menschlichen Maß, München 2019.

Schweppenhäuser, Gerhard / Bauer, Christian: Ethik im Kommunikationsdesign. Verständigung, Verantwortung und Orientierung als Kriterien visueller Gestaltung, Würzburg 2017.

Schweppenhäuser, Gerhard: Design, Philosophie und Medien. Perspektiven einer kritischen Entwurfs- und Gestaltungstheorie, Wiesbaden 2019.

Snell, Bruno: Die Entdeckung des Geistes. Studien zur Entstehung des europäischen Denkens bei den Griechen, Göttingen 2000.

Steinweg, Marcus: Behauptungsphilosophie, Berlin 2006.

Taleb, Nassim Nicholas: Antifragilität. Anleitung für eine Welt, die wir nicht verstehen, München 2018.

PIERRE SMOLARSKI

Kann Design gesellschaftskritisch sein?

Kann Design gesellschaftskritisch sein?

Kritisch zu sein, gilt oftmals als Ausweis der eigenen Aufgeklärtheit. Der kritische Geist ist ein feinsinnig reflektierender, der sich und die eigene Tätigkeit ebenso wie das, was ihn umgibt, kritisch d. h. mit Abstand und Bedacht, einzuordnen weiß. Allerdings verhält es sich mit der kritischen Gesinnung wie mit der Feinsinnigkeit auch: Wird das rechte Maß, die passende Gelegenheit und die angemessene Form des Unterscheidungswillens, der *subtilitas*, nicht getroffen, so gleitet sie ab in sophistische¹ Spitzfindigkeit und leeres Herumkritteln. Kritische Distanznahme, die sich dennoch einer Sache verbunden weiß, ist wie reflektierte Tätigkeit ein schwer erreichbares Ziel, denn es scheint nur möglich, wenn der Kritiker selbst bereit ist, einen Standpunkt zu beziehen, also seine Kritik von einem bestimmten und bestimmbar, also selbst wieder kritisierbaren Ort aus zu führen. Kritisches Bewusstsein, das nicht auf handelnde Bewältigung ausgerichtet ist, sich zwangsläufig also auch nie lokalisieren muss, ist demgegenüber recht leicht, weil der ständige Wechsel der Standpunkte und der damit verbundenen Perspektiven, letztlich stets eine distanzierte Einordnung ermöglicht. Alles lässt sich immer von irgendwoher kritisieren. Natürlich ist Kritik ohne Handlung nicht zwangsläufig unverortet und ohne Standpunkt, obgleich das möglich ist. Hingegen aber muss sich der Kritiker, wenn er auf Handlung drängt oder selbst handelt, verorten.

Ich möchte in diesem Beitrag die Frage nach dem Verhältnis von Kritik, genauer Gesellschaftskritik und Design aufwerfen. Diese Frage, so scheint es mir, lässt sich auf drei Verhältnisse beziehen: Zum einen auf die Möglichkeit, dass Design, verstanden als das Produkt eines gestalterischen Vorgangs, selbst als kritisch angesehen werden kann. Zum anderen ist aber auch nach der Möglichkeit und den Grenzen eines kritischen Designs als Prozess der Gestaltung zu fragen. Und schließlich geht es um die Rolle der Designkritik als Tätigkeit, die mitunter weniger vom Designer ausgeübt wird, als sich auf diesen und dessen Arbeit richtet. Es geht also im Kern darum, die Möglichkeiten und Grenzen von Gesellschaftskritik durch Designprodukte, innerhalb von Designprozessen und schließlich innerhalb einer reflexiven Verortung einer durch Design mitbestimmten Welt innerhalb der Designkritik auszuloten. Der letzte Aspekt wird in diesem Beitrag fast durchweg eine Rolle spielen und daher immer wieder auch expliziert. Konzentrieren aber will ich mich vor allem auf zwei Fragen: Kann Design ein gesellschaftskritisches Medium sein? Und weil meine Antwort hierauf eher negativ ausfallen wird, frage ich sodann nach den Hindernissen, den Widersprüchen zwischen Design und Kritik. Dabei werde ich versuchen Antworten zu geben, die abseits der üblichen Antworten liegen, wonach die nötige Freiheit zur Kritik aufgrund der Arbeitssituation des Designers nicht gegeben ist.

1 Der Ausdruck wird hier alltags-sprachlich verwendet, also in seiner pejorativen Bedeutung.

Grenzenlose Kritik

Zunächst gilt es festzuhalten, was ohnehin allenthalben bekannt ist: Der Designbegriff ist in den Diskussionen der vermeintlichen Designtheorie zu einem grenzenlosen Begriff geworden.² Design lässt sich nicht mehr unterscheiden von anderen heute vergleichsweise inhaltsleeren Begriffen wie »Kunst, Plan, Arbeit oder Machen.«³ Jedes Ding ist Design, jedes Tun ist Design und ergo ist jedes Wesen, das etwas tut, und insbesondere jedes Wesen, das ein Ding auch nur erdenkt, ein Designer. Diese Schlussfolgerung wird übrigens im Grunde nie von den Verfechtern eines grenzenlosen Designbegriffs konsequent gezogen und genau das ist unlauter und nicht hinnehmbar. Man kann natürlich Design definieren, wie man mag. Aber dann zu meinen, man gehöre als Designer (im engen Sinne) oder als Lehrender an einer Designhochschule noch ins Zentrum dieser (dann nur noch Pseudo-) Disziplin und könne hier Expertise, wenn nicht gar Herrschaftswissen geltend machen, ist schlichtweg absurd. Bezogen auf die vorliegende Frage aber stellt sich noch ein anderes Problem: Wollte man nämlich an einen derart grenzenlosen Designbegriff irgendeine Frage richten, etwa die Frage nach dem Verhältnis von Design und Kritik, so wird die Frage schnell gleichbedeutend mit der allgemeinen Frage nach der Möglichkeit von Kritik überhaupt. Es gilt also Design enger zu fassen, weil andernfalls keine Auseinandersetzung überhaupt der Mühe wert ist. Auch wenn diese Einlassung durchaus zum vorliegenden Thema gehört, so will ich es doch bei einer Erwähnung belassen, denn wie so oft – so könnte man spöttisch sagen – wird auch hier das allzu Unverschämte nicht lang und breit kritisiert, sondern kurz markiert und dann ignoriert. Denn es ist durchaus bemerkenswert, dass die Blüten der Designtheorie, die mit Anleihen von Postmodernen, Poststrukturalisten, Postdemokraten oder Posthumanen meinen, eine endlose Ausdehnung des Begriffs rechtfertigen zu können, dabei nicht nur die tatsächliche Designpraxis, sondern auch den gewöhnlichen Sprachgebrauch vollkommen übergehen. Diese Anleihen mögen der Disziplin ein wissenschaftliches Flair verleihen, aber am Ende hat Design – um es einmal überklar und also provokant auszusprechen – mit Nailedesign mehr zu tun als mit Wissenschaft.⁴ Die Ignoranz über die eigenen Grenzen mag daher rühren, dass man sich in vielerlei alltäglicher Formen

2 Siehe hierzu, u. a. Haarmann, Anke: Zum erweiterten Designbegriff. In: Daniel M. Feige / Florian Arnold / Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs. Bielefeld 2020, S. 213-227. Siehe auch: Mareis, Claudia: Theorien des Designs. Zur Einführung, Hamburg 2014.

3 Hirdina, Heinz: Design. In: Karlheinz Brack u. a.: Ästhetische Grundbegriffe, Bd. 2. Stuttgart 2010, S. 41-63. Hier: S. 42.

4 Der Diskussion über Design als Wissenschaft und Forschung liegt zudem oftmals ein abstruses Missverständnis von Forschung und Wissenschaft

zugrunde. Wenn etwa Anke Haarmann, die hier nur beispielhaft zu nehmen ist, schreibt, die Designpraxis zeichne sich durch einen »Prozess des Verstehens« (Haarmann 2020, S. 226) aus und sei deshalb eine »epistemische Praxis« (ebd.), so ist daraus noch nicht zu schließen, dass Design eine Forschung im Sinne einer Wissenschaft sei. Regelrecht absurd ist hierfür das folgende Argument: »Denn, wie das Gestalten eine Tätigkeit ist, ist auch das Forschen ganz wesentlich eine Tätigkeit – ein Tun mit der Intention im Modus der erkennenden Erfahrung

des Klassismus besser wähnt als die Naildesignerin. Aber wenn man verstünde, welche Rolle saubere Fingernägel und ein gepflegtes Äußeres haben (etwa in den Bereichen Arbeit, Partnerschaft, Autorität, Vertrauen etc.), wenn man also die Einbindung von Nägeln und gesellschaftlichem Leben verstanden hätte, so ist der Unterschied zwischen Naildesign und – sagen wir – Mode, Werbegrafik oder Webdesign eher marginal. Wir könnten also spöttisch fragen, ob nicht auch Naildesign kritisch sein kann. Wir werden diese Frage aber nicht stellen, weil ich keine Naildesignerin kenne, die diesen Anspruch je für ihre Arbeit geltend gemacht hätte.

Was ist Design?

Design ist eine Kunst des Zur-Geltung-Bringens, eine rhetorische Kunst. Die Generierung von Aufmerksamkeit und die Lenkung dieser auf bestimmte Aspekte ist die wesentliche Funktion von Design. Dabei kann Aufmerksamkeit durch Kommunikationsdesign etwa auf Firmen, Personen oder Produkte gelenkt werden, oder durch Interfacedesign auf Funktionalitäten und Nutzbarkeiten, oder durch Industriedesign auf Interaktionsmöglichkeiten und Formen. Darüber hinaus müssen Designprodukte als Waren, die sie immer auch sind, auch Aufmerksamkeit auf sich selbst lenken können. Schönheit und ästhetischer Wert sind hierbei häufig genutzte Mittel zur Lenkung der Aufmerksamkeit. Diese Mischung aus Funktionsansprüchen und ästhetischen Ansprüchen kennzeichnet das ganze Feld des Designs. Inhalte, seien es die konkreten technischen Funktionalitäten oder die zu bewerbenden Produkte und Firmen, werden beim Design im Wesentlichen nicht vom Designer entwickelt, sondern sind Teil seines Auftrages, also gegeben dadurch, dass Design im Wesentlichen Auftragsarbeit ist. Natürlich kann auch der Designer selbst Inhalte gestalten, sich also selbst einen Auftrag geben. Dann aber tritt in Personalunion auf, was im Grunde zwei voneinander getrennte Bereiche sind. Es ist wie bei einem Redenschreiber, der gegebene Inhalte in die passende, Aufmerksamkeit, Wohlwollen und Überzeugungsmöglichkeit generierende Form zu bringen hat, selbst aber kaum Einfluss auf die Inhalte hat. Er könnte mehr Einfluss haben, er könnte die Inhalte eben durch die Form ganz wesentlich bestimmen, nur wird das

etwas herauszufinden« (ebd., S.226 f.). Der hier vorgeführte Analogieschluss ist derselbe, wie in dem Argument »ein Huhn hat zwei Beine, ich habe zwei Beine, also bin ich ein Huhn.« Fast alles ist eine Tätigkeit und fast nie lässt sich ausschließen, dass dabei auch etwas erkannt wird, aber es ist deswegen noch lange keine Forschung. Wissenschaft und Forschung sind gerade nicht auf das individuelle Erkennen oder Verstehen zu reduzieren, auch nicht auf eine Geste des Wissenwollens, sondern haben ganz wesentlich damit etwas

zu tun, dass Erkenntnisse fixierbar sind, dass sie tradierbar und vor allem, dass sie kritisierbar sind. Wissenschaft und Forschung sind keine individuellen Erzeugnisse (wie etwa ein »Erkennen-Wollen«) sondern kollektive. Die sich hieran anknüpfende Diskussion über einen »PhD in Practice« vergisst, dass ein Dokortitel nicht der Lohn für das eigene Erkenntnisstreben ist, sonst müssten wir zwangsläufig jedem Kind, das zweifellos in seinen ersten Lebensjahren viel lernt und viel auch erkennen will, einen Dokortitel verleihen.

im Zweifel seinen Auftraggeber nicht überzeugen, sodass er die Rede allenfalls noch selbst halten könnte; dann aber wäre er Redenschreiber und Redner zugleich.

Dieser recht enge Begriff von Design, der darunter nicht ein allgemeines ›Andersmöglichsein⁵ versteht oder ein überbordendes ›Weltentwerfen⁶, erlaubt es überhaupt die Frage zu stellen, die hier behandelt werden soll: nämlich nach der Möglichkeit eines kritischen Designs. Auch wenn die Funktion eines Kritikers und insbesondere eines Gesellschaftskritikers nicht mit der Rolle als Designer zusammenzuhängen scheint, denn weder ist der Designer besonders disponiert zu dieser Funktion noch ist sie historisch besonders auffällig von Designern eingenommen worden, so ist diese Rolle als Gesellschaftskritiker aber doch, und das hat mehr mit der rhetorischen Kunst als mit dem Design zu tun, das ja nur ein Teil dieser Kunst ist, immer wieder von Menschen gefüllt worden, die es verstanden Aufmerksamkeiten zu lenken, nämlich auf Missstände.

Was ist Kritik?

Bevor wir weitergehen, müssen wir uns grundsätzlich darüber verständigen, was überhaupt Kritik sein soll. Kritik meint ursprünglich im Griechischen ein unterscheidendes Wahrnehmungsurteil und damit die Fähigkeit, etwas zu beurteilen und zu entscheiden. Damit in einem engen Zusammenhang steht der Begriff der Krise, die jenen Moment bezeichnet, wo etwa ein Krankheitsverlauf eine entscheidende Wendung nimmt. Wenn der Zustand kritisch ist, dann ist die Möglichkeit für einen guten wie für einen schlechten Ausgang noch offen. Kritik ist damit an die Möglichkeit gebunden, Unterscheidungen machen zu können (Diskriminierbarkeit), es müssen Möglichkeiten offenstehen, die eine Entscheidung verlangen. Damit lässt sich also nur das kritisieren, was änderbar ist, was also anders sein könnte, wenn man sich nur anders entschiede. Wenn Aristoteles über die rhetorische Kunst sagt, dass diese nur da zum Tragen kommt, wo über einen gegebenen Sachverhalt unterschiedlich geurteilt und damit in Bezug auf diesen unterschiedlich gehandelt werden kann, so hat es die Rhetorik im Kern mit kritischen Zuständen zu tun. Denn, so meint Aristoteles, »über das, was nicht anders sein, werden oder sich verhalten kann, beratschlagt niemand, sofern er annimmt, dass es sich so verhält; das bringt ja nichts mehr ein.«⁷ Das macht die rhetorische Kunst allerdings noch nicht zu einer Kunst der Kritik geschweige denn der Gesellschaftskritik; und Gleiches gilt natürlich für das Design. Auch hier wird das eigentlich designerische Handwerk nur da gebraucht, wo es gilt, gestalterische Entscheidungen zu treffen und wo die Unterscheidungen auch einen Unterschied in der Wahrnehmung, der Darstellung oder der Inszenierung und dem damit einhergehenden Wertversprechen machen. Damit dieses Unterscheidungsvermögen, das Kritikfähigkeit immer auch bedeutet, wirken kann, muss Kritik in der Lage sein, das zu Unterscheidende (und in diesem Sinne Kritisierte) einordnen zu können. Die Entscheidung, vor der man steht, ist stets eine

5 Vgl. Geiger, Annette: Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs, Bielefeld 2018.

6 Vgl. von Borries, Friedrich: Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie, Berlin 2016.

7 Arist. Rhet. I, 2., 1357a7-10.

in gesellschaftliche, ökonomische, ökologische oder politische Zusammenhänge einzuordnende. Erst von hier aus kann gesagt werden, dass Kritik in ihrem Kern Bewertung ist. Die Möglichkeiten, die sich auftun, sind nicht gleichrangig, die eine ist potenziell gut, die andere womöglich schlecht, der eine Weg moralisch legitimierbar, der andere nicht ohne Weiteres. Damit ist Kritik gebunden an einen Maßstab, der sowohl die Art und den Umfang der Einordnung gewährleisten als auch eine Bewertung zulassen muss, die Handlungen diskriminiert. Die Frage, woher dieser Maßstab stammen soll, ist damit eine der Grundfragen jeder Philosophie der Kritik. Gibt es einen Maßstab a priori? Einen transzendentalen Maßstab? Oder ist der Maßstab auch ein kulturelles Produkt, das eben deshalb selbst wieder der Kritik unterzogen werden können muss? Kommt er von außerhalb einer gesellschaftlichen Formation oder wird er bereits von den Mitgliedern der Gesellschaft geteilt? Wenn, wie Michael Walzer sagt, die Grundform der Gesellschaftskritik die Klage⁸ ist, so kann man diese in unserem Sinne weiter spezifizieren: Die Klage, um die es im Weiteren geht, ist eine, die sich nicht im Raum des Notwendigen und Unveränderlichen, sondern im Raum des Möglichen bewegt, die also die Möglichkeiten von Wahl, Entscheidung und Gestaltung zulässt. Es ist eine Klage um Zustände, die in ihren Wechselwirkungen mit anderen gesellschaftlichen Phänomenen gesehen werden, auch wenn diese Sicht stets unvollständig und irrtumsanfällig ist. Und schließlich ist es eine Klage, die zwischen einem nicht erwünschten Ist-Zustand und einem erwünschten Soll-Zustand zu unterscheiden weiß und daraus eine Bewertung ableitet. Auch wenn die utopische Vorstellung, wie es denn besser gehen soll, nicht in jeder Gesellschaftskritik expliziert wird, so liegt sie doch stets vor. In diesem Sinne hält Maeve Cook fest:

In der Regel verfahren kritische Gesellschaftstheorien negativ: Sie malen keine Utopien aus, sondern machen auf die gesellschaftlichen Faktoren aufmerksam, die das Gelingen des menschlichen Lebens beeinträchtigen. Es wäre jedoch falsch anzunehmen, dass diese negative Ausrichtung sie von utopischen Theorien im herkömmlichen Sinn kategorisch trennt. Denn auch in ihrer negativsten Fassung [...] haben kritische Gesellschaftstheorien eine utopische Komponente. Sie rufen immer die Vorstellung einer guten Gesellschaft hervor, das heißt, einer alternativen, besseren Gesellschaft, in der die einschlägigen Hindernisse nicht mehr vorhanden sein würden.⁹

In diesem Sinne ist die Frage, wie durch Design der Schaden maximiert werden kann, auch nichts anderes als die Einladung zur Klage und mithin zur Kritik über Fehlentwicklungen der Designpraxis und der sie begleitenden Theorie sowie des manchmal etwas vollmundigen Selbstanspruchs beider.

8 Vgl. Walzer, Michael: Zweifel und Einmischung. Gesellschaftskritik im 20. Jahrhundert, Frankfurt am Main 1991 [1988].

9 Cooke, Maeve: Zur Rationalität der Gesellschaftskritik. In: Rahel Jaeggi / Tilo Wesche (Hg.), Was ist Kritik?, Frankfurt am Main 2019 [2009], S. 117-133. Hier: S. 118.

Gesellschaftskritik, das macht Walzer sehr deutlich, wenn er die Klage oder auch die gemeine Beschwerde als deren Grundtypus ausweist, ist nichts neues, kein Phänomen der Moderne, sondern ein fast zwangsläufiges Produkt der Vergesellschaftung des menschlichen Lebens, sie »gibt es wohl ebenso lange, wie es die Gesellschaft selbst gibt.«¹⁰ Und sie hat als solche auch nicht eine bestimmte Form, sondern äußert sich in Romanen wie auch in Pamphleten, in Reden oder durch Aktionen. »Politische Zensur, moralische Verurteilung, skeptische Fragen, satirische Bemerkungen, zornige Prophezeiungen, utopische Spekulationen – Gesellschaftskritik nimmt alle diese Formen an.«¹¹ Die Frage aber, ob und in welchem Sinn Gesellschaftskritik auch jenseits von sprachlicher Vermittlung oder leibhaftiger Präsentation durch Artefakte getragen werden kann und insbesondere durch solche, die in einem zumeist klaren funktionalen Zusammenhang stehen wie Designprodukte, erscheint mir offen. Zudem macht Walzer sehr deutlich, dass Gesellschaftskritik kein elitäres Unterfangen ist, weder braucht es zur Klage einer besonderen Auszeichnung, sei es ein Bildungsabschluss, eine Berufsgruppe oder eine exponierte gesellschaftliche Stellung, noch richtet sich die Gesellschaftskritik an ein in dieser Art elitäres Publikum. Daher ist die »natürliche oder Primär-Sprache der Kritik [...] die des Volkes«¹². Wir können in diesem Sinne sagen, dass es stets um die Alltäglichkeit der Kritik sowie die Kritik der Alltäglichkeit geht.¹³

Gibt es gesellschaftskritische Designprodukte?

Ein Werbeplakat, ein Brand für ein Unternehmen, ein Werkzeugset einschließlich der Verpackung, ein Webinterface, ein Joghurtbecher, ein Pullover; – all das sind Designprodukte. Design besteht in der angemessenen Kombination von ästhetischem Wert, der mitunter Moden unterliegt, und Gebrauchswerten. Diese Angemessenheit, das rhetorische *aptum*, ist vor allem ein Geflecht aus Passungsverhältnissen. Die Form passt zur Funktion, ganz gleich, ob es dieser nur folgt oder sie auch mitbestimmt, und beides passt zum Verbraucher und dessen ästhetisch-funktionalen Vorstellungen, wobei das letztere Passungsverhältnis das entscheidende dafür ist, dass der gestalterische Entwurf zu den Vorstellungen des Auftraggebers, des Unternehmers passt. Diese Passungsverhältnisse sind kleinteilig und konkret und beruhen stets auf gesellschaftlichen Grundlagen. Sie sind historisch, das heißt, keine der Passungsgrößen ist invariant, sondern alle entwickeln und verändern sich:

10 Walzer 1991, S.13.

11 Ebd., S.20. Walzer räumt selbst ein, dass diese Liste vielleicht zu viel enthält (etwa die Zensur), aber, so meint er, sie gebe die Ansicht der herrschenden und der etablierten Mitglieder einer Gesellschaft wieder, die ihre Kritiker kennen sollten. Insofern steht auch und gerade die Zensur in einem engen Verhältnis zur Gesellschaftskritik und ist nicht selten auch ein Erkennungszeichen derselben gewesen.

12 Ebd., S.21.

13 Zur Rolle der Alltäglichkeit für das Public Interest Design, siehe Smolarski, Pierre: Ästhetik und Rhetorik des Alltags. Ein Versuch über die Alltagsästhetik als Methode. In: Christoph Rodatz / Ders. (Hg.), Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S.175-199.

Konsumenten können ›erzogen‹ werden, Unternehmer ›lernen‹ und Formen determinieren nicht die Funktion, sowie auch umgekehrt Funktionen keine eindeutige Form vorschreiben. Zudem sind sowohl die funktionale Nützlichkeit eines Produktes, die unabdingbar ist, wenn es um Design geht, als auch der Inszenierungswert¹⁴ desselben, letztlich gesellschaftlich bedingte Größen. Wir können also zwei Arten der Kritik durch Designprodukte vorerst unterscheiden. Die selbstreflexive Kritik, also eine Kritik an den eigenen Konstituenten des Designs, betrifft entweder die gesellschaftlichen Bedingungen von Funktionalität und Nützlichkeit oder die gesellschaftlichen Bedingungen von Inszenierungswerten oder beides. Funktionszusammenhänge können ebenso gestört werden wie Inszenierungswerte konterkariert werden können. Allerdings erscheint genau hier auch das Problem zu liegen, warum eine Gesellschaftskritik durch Designprodukte nur sehr eingeschränkt möglich scheint. Natürlich können Gegenstände kreiert werden, die sich einer bestimmten Funktion verweigern: Teekannen, mit denen man keinen Tee gefahr- und schmerzlos ausschenken kann, Zitronenpressen, mit denen man einigermaßen schmutzneutral keine Zitrone pressen kann. Beide, sowohl die Teekanne als auch die Zitronenpresse, gehören zu den Klassikern der Designgeschichte. Daneben lassen sich aber auch Typografien denken, die jede Lesbarkeit unzumutbar strapazieren, Orientierungssysteme, die bewusst in die Irre führen oder Kleidung, die jede Funktionszuschreibung torpediert. Was hier zur Geltung kommt, ist dann entweder lediglich ein reiner Inszenierungswert, ein Kleinod der *leisure class* und damit das exquisite Pendant zur kitschigen Keramikfigur auf dem Kaminsims.¹⁵ Oder es handelt sich um einen Gegenstand, der eher dem Bereich ›engagierter‹ Kunst zuzurechnen ist, also nicht gebraucht werden kann und soll, sondern einen bestimmten, ästhetischen Blick des Rezipienten erfordert, der im Idealfall staunend versucht zu begreifen, was der Künstler damit sagen wollte. Wird statt der Funktionalität der Inszenierungswert eines Designprodukts pervertiert, gestört oder bewusst abgelehnt, so wird das im Regelfall zu keinerlei Störung führen. Die reine Negation von Inszenierungswerten bei gleichzeitiger Erhaltung der Funktionalitäten kann einen Gebrauchsgegenstand vielleicht unattraktiver machen und damit seinen Vertrieb und Absatz stören, der Gegenstand bekommt dadurch aber keineswegs einen Verweischarakter, etwa auf gesellschaftliche Bedingungen, die zu kritisieren wären.

Die selbstreflexive Kritik durch Negation oder Subversion greift im Design nicht. Und das kann eigentlich auch kaum verwundern, weil auch das Selbstverständnis des Designers oftmals nicht darin liegt, der zu sein, der den Finger in die Wunde legt, sondern eher der, der eine Lösung für ein Problem findet, sodass die Wunde gar nicht mehr entsteht oder wenigstens nicht mehr bemerkt wird. Dem Designer ist daher mehr die selbstreflexive Kritik durch Erneuerung und nicht durch Negation zu eigen. Design ist im Kern affirmativ, also bejahend und Designprodukte haben ihren Gebrauchs- wie auch ihren Inszenierungswert primär in der durch sie bewältigten Aufgabe. Der Designer, so könnte man zuspitzen,

14 Siehe u. a. Böhme, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Berlin 2016.

15 Vgl. Veblen, Thorstein: *Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen*,

Frankfurt am Main 2007 [1899].

Siehe auch: Bourdieu, Pierre: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt am Main 1987 [1979].

ist als Problemlöser eben kein Mahner. Wenigstens gilt das auf der Ebene der Produkte.¹⁶ Denn davon unabhängig kann der Designer als politisches Subjekt, als Mensch unter Mitmenschen, natürlich eine kritische, mahnende Haltung einnehmen und sein Produkt auch aus dieser Haltung heraus begründen. Er kann kritische Pamphlete als Produktbeschreibungen verfassen und auf Marktplätzen die gängige Praxis anklagen, mit der sein Produkt gebrochen habe. Das aber macht das Produkt noch nicht zum Medium der Kritik, sondern zeigt einmal mehr, dass es als Lösung angepriesen wird und die begleitende, kritische Rede bekommt den schalen Geschmack einer Werberede.

Die zweite Art potenzieller Kritik durch Designprodukte ist nicht selbstreflexiv, sondern additiv. Hier werden inhaltliche Bemerkungen, Slogans und Begriffe an einem designten Artefakt angebracht. »It's my birthday and all I got was this overpriced hoodie from vetements.« Dieser Spruch steht auf einem Pullover der Marke Vetements. Der Pullover kostet 790 Euro. Natürlich kann man in diesem Satz eine Kritik sehen; beispielsweise die Kritik an einem maßlosen und also keine gesellschaftlichen Verhältnisse berücksichtigenden Geschenkwahn wohl vorrangig junger Menschen zu ihrem Geburtstag, vielleicht auch die Kritik an Luxus generell, insbesondere, wenn der enorme Preisunterschied zu einem einfachen schwarzen Pullover mit bunter Schrift nicht durch leicht erkennbare Qualitätsunterschiede zu rechtfertigen ist. Es ist wohl eine Form der Ironie und natürlich gehört gerade die ironische Brechung zum Standardrepertoire der Gesellschaftskritik.¹⁷ Aber das Ironische daran ist nicht nur die trotzige Bemerkung, sondern der Selbstwiderspruch, in den sich der begibt, der diesen Pullover trägt. Diese Form der Selbstironie hat durchaus Witz und genau dieser Witz ist letztlich das Verkaufsargument von Vetements. Dieses Beispiel zeigt gut, wie Inhalte im Design, selbst wenn diese kritisch gewesen und in der Absicht zu kritisieren geäußert sein mögen, zu bloßen Schmuckelementen und einem letztlich simplen Witz verkommen. Inhalte sind im Design entweder vorgegeben durch die Auftragssituation und also kaum änderbar durch den auftragsabhängigen Designer, oder sie sind rhetorischer Ornatus, mit dem versucht wird, Aufmerksamkeit und Wohlwollen durch Selbstironie und scheinbarer Tiefsinnigkeit zu wecken. Es ließen sich hier zahllose weitere Beispiele anführen, wie etwa die von der gleichen Marke produzierte Kollektion von 2019. In einer McDo-

16 Auch wenn vermeintliche Designformen wie das Critical oder Speculative Design durchaus eine kritische Reflexion in Gang setzen können, so verfehlen sie doch den hier gemachten Punkt. Denn immerhin kann mit guten Gründen bestritten werden, dass es sich hierbei um Designprodukte handelt. Die spekulativen Erzeugnisse mit Utopieanspruch haben einen Modellcharakter, der vermeintliche Problemlagen in eine unbestimmte Zukunft verlagert und dort scheinbar löst. Sie werden aber weder benutzt noch sind sie überhaupt in irgendeinem Sinne

nutzbar. Sie gleichen darin eher eine Art Karikatur, die zwar zweifelsohne kritisch sein kann, aber eben kein Design ist. Zum sogenannten Speculative Design siehe: Dunne, Anthony und Raby, Fiona: *Speculative Everything. Design, Fiction and Social Dreaming*, Cambridge 2013.

17 Zur Ironie im Design, siehe Smolarski, Pierre: *In Times of Irony Authority becomes overwhelming. A Rhetoric of Subversion*. In: Tom Bieling (Hg.), *Design (&) Activism*, Sesto S. Giovanni (Italien) 2019, S.157-171.

nald's Filiale in Paris wurde die Kollektion präsentiert, die übergroße T-Shirts und Hemden enthält, die an Berufsbekleidung von Verkäufern und Verkäuferinnen etwa bei McDonald's erinnern. Auf der Brust klebt eine ›Hello my Name is‹-Sticker auf dem ›Capitalism‹ eingetragen ist. Bei einem Verkaufspreis von 1.580 Euro liegt diese Bekleidung wahrscheinlich über dem Monatseinkommen der Menschen, die tatsächlich in den Bereichen arbeiten (oder sogar deutlich darüber), die mit solchen Produkten persifliert werden. Hier ist scheinbare Kapitalismuskritik im wahrsten Sinne des Wortes en vogue. Sicherlich kann auch die zur Schau getragene Dekadenz ein zynisches Mittel der Kritik sein, nur bleibt diese ohne ein sie tragendes Ethos des Kritikers hohl und leer. Auf dieses Ethos wird noch einzugehen sein, zunächst bleibt aber festzuhalten, dass vergleichbares auch für die Aufnahme von Pseudokritik und Selbstbezüglichkeit in der Werbung gilt, wobei nicht nur an die berühmte wie berüchtigte und bereits vielfach besprochene Kampagne der United Colors of Benetton von Oliviero Toscani zu erinnern ist, sondern ebenso an viele andere Designfelder.

Design als Schulung des Geschmacks

Die bisherige Befragung des Designs auf der Ebene ihrer Produkte nach ihrem Potenzial zur Kritik und mithin zur Gesellschaftskritik war im Wesentlichen negativ. Unter der Voraussetzung, dass der Designbegriff in engeren Grenzen oder überhaupt in Grenzen, die eine Untersuchung zulassen, gehalten wird und darunter nicht jede Form des Machens oder ganze Bereiche der Kunst zu verstehen seien, sondern die Produktion von benutzbaren Dingen, die es vermögen, Aufmerksamkeiten in gezielte Richtungen zu lenken, und so die eigentliche Nutzbarkeit, worin sie auch immer bestehen mag, unterstützen oder allererst ermöglichen; unter dieser Voraussetzung scheint es keinen eigentlichen Spielraum für kritisches Design zu geben. Während die selbstreflexive Kritik durch Negation oder Subversion die eigene Grundlage des Designs negiert und damit fast zwangsläufig in einen nur noch ästhetischen Erfahrungsraum mündet, also aus Benutzern Rezipienten macht, ist der gesellschaftskritische Spielraum durch Affirmation im Wesentlichen dadurch versperrt, dass eine Verbesserung oder eine Lösung zwar sicherlich eine wünschenswerte Antwort auf eine Problemlage sein kann, aber keine, die die Problemlage als Problemlage thematisiert und in einer gesellschaftlichen Breite zu Bewusstsein bringt. Ihre rhetorische Grundstruktur ist nicht der Appell, die Mahnung und auch nicht eine Didaktik des erhobenen Zeigefingers oder der vorbildhaften Führung, sondern der Ersatz einer Funktion durch eine andere. Die zweite Variante potenzieller Kritik durch inhaltliche Ergänzung verharrt im Design in einer additiven Ergänzung. Sie ergibt sich oft nicht durch die Gebrauchswerte des Produkts, sondern wird diesen als modisches Bonmot angeheftet und ist reine Selbstinszenierung. Kritik wird hier nicht um ihrer selbst willen geäußert, und sicherlich auch kaum getragen von einem Ethos der Veränderung, sondern verharrt als vermeintlich geistreiche Sentenz im Bereich der designerischen Aufmerksamkeitslenkung.

Nun ist aber die Kritik an den Designprodukten und den durch sie bedingten Prozeduren, eine wesentliche Grundlage moderner Gesellschaftskritik. Eben weil Produkte und produktbedingte Prozeduren unseren Weltzugang wie auch unseren Weltumgang wesentlich

beeinflussen, so liegt doch die Vermutung nahe, dass es einen Spielraum gibt, wie diese Beeinflussung auch kritisch und insbesondere in Bezug auf gesellschaftliche Systeme eben gesellschaftskritisch geschehen kann.

Ich möchte in diesem Kapitel über die Frage nachdenken, inwiefern Designprodukte an einer kritischen Schulung des Geschmacks beteilig sein können. Geschmack wird hierbei nicht primär als ein ästhetisches Phänomen verstanden, über das sich zwar streiten, nicht aber mit Argumenten diskutieren lässt, wie Kant feststellt.¹⁸ Es geht um das Geschmacksurteil als sittliches Urteil. Auch wenn der ästhetische Diskurs die sittliche Seite des Geschmacksurteils heute fast vollständig überdeckt, so hat sich dieser Aspekt doch noch in sprachlichen Wendungen erhalten. Wenn wir eine Sache geschmacklos finden und damit anstößig meinen, so lehnen wir sie nicht deshalb ab, weil sie nicht zu unseren individuellen Vorlieben passt, auch nicht, weil sie einem irgendwie gearteten ästhetischen Kanon oder einer bestimmten Mode widerspricht, sondern weil wir sie sittlich für verwerflich halten. Hans-Georg Gadamer schließt an diese Tradition des sittlichen Geschmacksurteils an, wenn er den Geschmack neben Bildung, Sensus Communis und Urteilskraft zu den vier humanistischen Leitbegriffen zählt, die eine Fundierung der Geisteswissenschaften erlauben sollen.¹⁹ Das Geschmacksurteil, das Gadamer aus der humanistischen Tradition und vor allem von Balthasar Gracian herleitet, ist das Ideal einer Bildungsgesellschaft im neuen Zeichen des Absolutismus. Der »gute Geschmack« ist darin das Zeichen einer »guten Gesellschaft«.

Sie erkennt sich und legitimiert sich nicht mehr durch Geburt und Rang, sondern grundsätzlich durch nichts als die Gemeinsamkeit ihrer Urteile oder besser dadurch, dass sie sich überhaupt über die Borniertheit der Interessen und die Privatheit der Vorlieben zum Anspruch auf Urteil zu erheben weiß.²⁰

Der Geschmack ist ein »gesellschaftliches Phänomen ersten Ranges«²¹, das in der Fähigkeit begründet liegt, Abstand auch von sich und seinen privaten Vorlieben nehmen zu können. »Man kann«, wie Gadamer schreibt, »eine Vorliebe für etwas haben, was der eigene Geschmack zugleich verwirft.«²² Was den Geschmack als sittliches Urteil auszeichnet, ist, dass er keine reine Privatangelegenheit ist, sondern gesellschaftlich vermittelt und dass sein Geltungsanspruch mehr durch seine Entschiedenheit und Sicherheit als durch die Angabe von Gründen gewährleistet wird. »Guter Geschmack ist sich seines Urteils stets sicher, d. h. er ist seinem Wesen nach sicherer Geschmack, ein Annehmen und Verwerfen, das kein Schwanken, Schielen nach dem Anderen und kein Suchen nach Gründen kennt.«²³ Er ist damit eher so etwas wie ein Sinn und verfügt nicht primär über eine Erkenntnis aus Gründen. Gleichwohl kann es von diesem Sinn Bildung geben, er kann geschult werden

18 Vgl. Kant, Immanuel: Kritik der Urteilskraft, Hamburg 2006 [1790], §56.

19 Vgl. Gadamer, Hans-Georg: Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik, Tübingen 1990 [1960].

20 Ebd., S.41.

21 Ebd.

22 Ebd.

23 Ebd., S.42.

und muss es wohl auch, damit sein Urteil feiner wird. Die Ablehnung des Geschmacklosen als etwas moralisch Verwerfliches und Anstößiges ist erlernbar und trainierbar, auch wenn dieses Lernen und Trainieren weniger über die Vermittlung von Gründen erreicht wird als über die Praxis des sozialen Umgangs. Wie der Gemeinsinn auch ist der Geschmack dabei kaum kohärent, lässt sich kaum auf klare Begriffe bringen und unterwirft sich nicht einem einheitlichen Maßstab.²⁴ Er ist kein Prinzip, keine Maxime, der man folgt, sondern – und das zeichnet seinen Bezug zur Urteilskraft aus – stets vom Einzelfall, der immer ein Sonderfall ist, gefordert. »Das besagt nichts anderes, als dass die Beurteilung des Falles den Maßstab des Allgemeinen, nach dem sie geschieht, nicht einfach anwendet, sondern selbst mitbestimmt, ergänzt und berichtigt.«²⁵ Wo aber der Einzelfall, so könnte man Gadamer weiterdenken, mitbestimmend, ergänzend und berichtigend wirkt, da wirkt er eben auch bildend.

Die Schulung des Geschmacks, wie sie durch Designprodukte möglich ist, ist eine Schulung am konkreten Einzelfall, der, wenn er exemplarisch wird, Teil einer gesellschaftskritischen Geschmacksausbildung sein kann. Exemplarisch werden heißt, dass ein Einzelfall nicht bloß als singuläres Phänomen angesehen wird, sondern einen Verweischarakter zugesprochen bekommt, sodass aus dem Phänomen ein Fall wird, also etwas, das als Fall stets ein Fall *von etwas* ist und als solches dann auch kritisiert wird. Wenn also beispielsweise die werberische Indienstnahme des Sterbens, der Trauer und der Einsamkeit in dem vielbeachteten EDEKA-Werbespot als geschmacklos empfunden wird, dann kann dieses ebenso entschiedene wie spontane Urteil Anlass zur Kritik sein, die dann daran nicht auf der Ebene des singulären Phänomens stehenbleibt und diesen Spot ablehnt, sondern darin einen exemplarischen Fall eines pathetischen Parasitismus sieht, der in seinem aufmerksamkeitszerheischenden Bestreben keine sittliche Grenze kennt, der also Teil eines emotionalen Ausverkaufs ist. Der sittliche Geschmack widersteht auf diese Weise der durchaus möglichen – und auch wahrscheinlichen – individuellen Rührung und erzwingt den Abstand, der eine weitergehende Reflexion und eine Suche nach Gründen ermöglicht. Andere Gründe können gefunden werden, wenn der oben beschriebene Vetements-Pull-over als geschmacklos empfunden wird oder die Selbstinszenierung und Vermarktung einer ledernen ›Aldi-Tüte‹ im Preis von 550 Euro vom Schauspieler Lars Eidinger und dem Modedesigner Philipp Bree auf Fotos von Eidinger, einen Obdachlosen mimend, vor einem Berliner Obdachlosenheim.

Wie Gadamer betont, ist das Gegenteil des ›guten Geschmacks‹ nicht eigentlich der ›schlechte Geschmack‹, sondern vielmehr das Geschmacklose.

Der Begriff des ›schlechten Geschmacks‹ ist also kein ursprüngliches Gegenphänomen zum ›guten Geschmack‹. Vielmehr ist dessen Gegenteil, ›keinen Geschmack‹ zu haben. Guter Geschmack ist eine Empfindlichkeit, die alles Auffällige so naturhaft meidet, dass seine Reaktion dem, der keinen Geschmack hat, schlechthin unverständlich ist.²⁶

24 Siehe zur Inkohärenz des Gemeinsinns u. a. Gramsci, Antonio: Philosophie der Praxis. Gefängnishefte 10 und 11, Hamburg 1995 [1929–1935], §12.

25 Gadamer 1990, S. 45.

26 Ebd., S. 42.

Gerade weil Design – insbesondere das Kommunikations- und mehr noch das Werbedesign – das Auffällige ja nicht nur nicht meidet, sondern gerade den zielgenauen Einsatz des Reizenden zur eigenen Kunstfertigkeit zählt, kann am Design der eigene Geschmack gut geschult werden. Mögen Designprodukte auch selbst nicht kritisch sein, so können sie doch geschmacksbildend wirken und so einen Beitrag auch zu gesellschaftskritischen Bemühungen liefern – auch wenn diese Gesellschaftskritik, sich dann zumeist gegen diese Produkte wenden muss.

Gesellschaftskritisches Gestalten

Wenden wir uns nun dem Prozess des Gestaltens zu und fragen: Gibt es ein gesellschaftskritisches Designen? Was kann es heißen, gesellschaftskritisch zu gestalten? Die Antwort hierauf wird klarerweise anders ausfallen, als die eher negative Antwort auf die Frage nach der Möglichkeit eines kritischen Designprodukts. Zunächst gehört die kritische Fähigkeit, also die Fähigkeit gestalterische Unterscheidungen nach selbst wieder kritisierbaren und damit veränderbaren Maßstäben zu treffen und in dieser Wahl seine kritische Urteilskraft zu beweisen, notwendig zum Designprozess. Allerdings betrifft diese Möglichkeit des gestalterischen *iudiciums* nicht notwendig die Frage, ob der Prozess auch im Bewusstsein eines gesellschaftskritischen Standpunktes sich vollzieht. Zwar lässt der affirmative Charakter des Designs, die Unmöglichkeit mit einem Artefakt ›Nein‹ zu sagen, etwas abzulehnen, Design nicht als ein Medium der Kritik zu. Gleichwohl kann der Designer kritisch sein, auch gesellschaftskritisch. Die gesellschaftskritische Frage des Designers könnte ganz im Sinne des Bandes sein: Wem schade ich mit meinen Lösungen? Oder anders und breiter: Was beschädige ich? Was beschädigt ein User-Experience-Design, das nur vom DAU [dümmster anzunehmender User] ausgeht und jede Erfahrung im Umgang mit den Devices ja gerade verhindern soll? Was beschädigt eine Ausweitung des Sensus Communis und der Grenzen des werberisch Nutzbaren? Was beschädigt eine omnipräsente Kommodifizierung von Werten? Was beschädigt die Simulation von Kompetenz²⁷ durch Design? Was beschädigt die unentwegt ironisierende, postmoderne Zitation von gesellschaftlichen Einstellungen als reine Formelemente? Viele weitere Fragen wären möglich und könnten zu einer gesellschaftskritischen Reflexion Anlass geben. Zentral scheint mir aber folgende Frage: Was kann es für mich als Designer und für meine Arbeit bedeuten, wenn die designerische Antwort auf ein ›Problem‹ nicht ›Lösung‹ heißt? Was tue ich eigentlich, wenn ich mir die spontane und unreflektierte Reaktion, ich würde Probleme lösen, verkneife? Welche anderen Zugänge zur Welt gibt es, wenn man sie nicht als problematisch einstuft, und selbst wenn man es tut, welche anderen Umgangs- und Begegnungsformen mit Problemen gibt es, als diese zu lösen?

27 Vgl. Sloterdijk, Peter: Das Zeug zur Macht. Bemerkungen zum Design als Modernisierung von Kompetenz. In: Daniel M. Feige/ Florian Arnold /

Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs, Bielefeld 2020, S. 73-91.

Wir können uns in unseren Problemen begegnen, sie angehen, so wie sie uns angehen; wir können uns an ihnen auch reiben, zum Teil aufreiben; wir können uns mit ihnen aber auch abfinden, uns in ihnen einrichten; wir können Menschen mit ihren Problemen begleiten, ihnen zur Seite stehen, ihnen die Hand halten; wir können uns mit anderen in ihren Problemen solidarisieren; wir können uns mit anderen in gemeinsamen Problemen organisieren. All das und vieles mehr ist möglich und all das ist weit mehr als ein Lösen. Der gesellschaftskritische Designer hat sich zuerst also diese Frage vorzulegen: Ist es ein Lösen, ein Verschwindenlassen, ein Säurebad, was in einer gegebenen Situation geboten ist? Wird mit der Illusion der Lösbarkeit nicht Komplexität in einem unangemessenen Maße reduziert? Kann man als Designer, der die Kunst des Zur-Geltung-Bringens beherrscht, nicht etwas anderes tun, als Probleme zu lösen? Bedenkt man die Verve, mit der im heutigen Designdiskurs über Transformation gesprochen wird, so scheint es geradezu absurd anzunehmen, dass Design noch immer als Problemlösen verstanden werden kann. Sicherlich lassen sich Probleme lösen und für viele Störungen ist das auch angemessen. Wenn der Rechner unvermittelt streikt oder der Busfahrplan nicht lesbar ist, wenn der Wasserhahn tropft oder irgendein Kabel stört, dann kann Design diese Unpässlichkeiten beheben, fortschaffen aus der Welt. Mit dieser basalen Klempnerei aber gibt sich ein sozial-politisch inspiertes Design nicht zufrieden. Ein solches Design erhebt den Anspruch, kritisch zu sein und seine Themen sind Globalisierung und gutes Leben, Klimawandel und Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit und Freiheit und schließlich auch der Weg dahin, die gesellschaftliche Transformation durch Design. Die Themen sind nicht neu, sie sind teilweise von revolutionärem, aufklärerischem, humanistischem, zum Teil sogar antikem Klang. Ein Grundstudium der Geschichtswissenschaft, als einem basalen Studium des gesellschaftlich Wandelbaren, könnte aufzeigen, dass Probleme in diesen Dimensionen nicht einfach gelöst werden, sie werden eher verschoben: sei es temporal auf nachfolgende Generationen, sei es geografisch und kolonialistisch in andere Regionen der Welt, sei es terminologisch durch Neudefinition, sei es technisch durch Verlagerung auf eine andere Ebene und Erzeugung neuer Formen derselben Konflikte oder sei es sozial und politisch auf andere Schichten und Klassen von Betroffenen. Den Publizisten und Gründer des Spiegels Rudolf Augstein hat der wohl bekannteste Interviewer der Bundesrepublik Günter Gaus, als jener eine politische Karriere im Bundestag anstrebte, gefragt: »Haben sie ein Endziel als liberaler Politiker?« Augsteins Antwort hierauf könnte jedem Designer, der vorgibt Lösungen für die eben besprochenen Problemfelder zu haben, als Vorlage dienen: »Nein, ich habe es wirklich nicht, denn es gibt auch nicht den Endstadium der Gesellschaft, es sei denn das *Ende der Welt überhaupt*. Und für das *Ende der Welt überhaupt* zu arbeiten, habe ich nun allerdings gar kein Interesse.«²⁸

Gesellschaftskritisches Design ist möglich, auch wenn das Designprodukt seine Fähigkeit zur Vermittlung dieser Kritik einbüßen wird. Es ist möglich, wenn ein gesellschaftskritischer Standpunkt, eine Haltung, den Designer auszeichnet, der zunächst einmal die fast formelhafte Reaktion auf eine Problemlage mit einer Lösungssuche zu reagieren, unter-

28 Zitiert aus der Interviewreihe
Gaus, Günter: Zu Protokoll. SWF,
17. Sept. 1972.

drückt, weil diese Formel selbst das gesellschaftlich zu Kritisierende ist. Es geht im gesellschaftskritischen Design nicht um das Lösen von Problemen, sondern um Umgangsformen mit Problemen und ein breites Denken in Umgangsformen wird den Freiraum ermöglichen, in dem Designer sich gesellschaftskritisch betätigen können. Erst hierdurch wird der Weg frei, ethische Ansätze – sei es aus einer Ethik der Achtsamkeit oder einer Ethik der Verantwortung – einzubeziehen. Das gilt schon deshalb, weil die Frage, was an einer gegebenen Sachlage überhaupt problematisch ist, nicht so leichtfertig übergangen werden kann.

Das Ethos des Gesellschaftskritikers

Es gibt vor allem einen Aspekt, der mir mit der Fokusverschiebung vom Problemlösen zur Umgangsform zentral erscheint; es ist dies die Rolle des Kritikers selbst. Konkreter ist nach der Rolle des Designers zu fragen. Ich möchte zum Abschluss auf diese Rolle eingehen und werde mich hierbei eng auf den kommunitaristischen Denker Michael Walzer beziehen, weil er, was ich sonst in vielen Theorien kritischer Theorie vermisste, nicht nur die Frage nach der Rolle der Kritik, sondern mehr noch nach der Rolle dessen aufwirft, der diese Kritik übt, weil er so zugleich nach dem Ort und dem Ethos der Kritik fragt.

Für Walzer gibt es drei Wege in die Gesellschaftskritik, die er schematisch und metaphorisch als den Weg der Entdeckung, den Weg der Erfindung und den Weg der Interpretation bezeichnet, und ich werde mich dieser Metaphorik bedienen, ohne mich um ihren Erkenntnis- oder Erklärwert innerhalb der Moralphilosophie weiter zu kümmern. Ohne mich also hieran näher aufzuhalten, soll nur kurz über die ersten beiden gesprochen werden, die ich beide für das Design und den Designer für verhängnisvoll halte.

Den Pfad der Entdeckung kennen wir zunächst und am besten aus der Religionsgeschichte. Sicher hat hier die Entdeckung auf die Offenbarung zu warten; aber irgend jemand muss auf den Berg steigen, sich in die Wüste zurückziehen, dort dem offenbarenden Gott begegnen und uns bei der Rückkehr Sein Wort bringen. Diese Person ist dann für den Rest von uns Menschen der Entdecker des Moralgesetzes.²⁹

Auf dem Pfad des Entdeckers weiß einer etwas, was die anderen nicht wissen, ihm wurde es göttlich offenbart oder visionär einsichtig, sei es, indem er auf einen Berg steigt, sich in sich selbst und seine ›innere Natur‹ versenkt oder sei es, indem er aus der platonischen Höhle steigt. Er kehrt dann zu seinesgleichen zurück und überbringt, was diese weder kennen noch leben: die entdeckte Moral. Eine Moral, deren kritische Distanz groß ist, die Anstoß erregt. Oder wie es Walzer ausdrückt: Es ist eben die besondere Schärfe und kritische Kraft der Offenbarung, die nicht bei einem ›Sei nicht gleichgültig gegenüber dem Leid anderer‹ stehenbleibt, sondern fordert: ›Liebe deinen Nächsten wie dich selbst.‹³⁰ Dieser Weg ist sicherlich weit weg vom Design, auch wenn es womöglich den ein oder anderen

29 Walzer, Michael: Kritik und Gemein-sinn, Frankfurt am Main 1993, S.12.

30 Vgl. ebd., S.17.

Designguru gibt, der meint, er überbringe ein neues Evangelium – aber das ist lächerlich und soll uns hier nicht weiter aufhalten. Der Pfad der Erfindung ist hingegen dem Design und vor allem dem Selbstverständnis der Designer viel näher. Denn es ist ein Gemeinplatz, dass für diese Disziplin ›das Neue‹ einen Wert an sich darstellt und die Kräfte der Erfindung, die *ars inveniendi*, die Kreativität, der Innovationsdrang als Kernelemente beschrieben und beschworen werden. Ich möchte dies auch gar nicht in Abrede stellen, solange es um das affirmative Design geht, wenn aber die Frage nach der Möglichkeit der Gesellschaftskritik durch Design und mehr noch durch Designer gestellt ist, dann scheint dies nicht minder problematisch, wie die ideologische Kurzschlussreaktion auf gesellschaftliche Probleme mit Lösungen reagieren zu wollen. Die ›Ideologie des Neuen‹³¹ verführt, den Weg der Gesellschaftskritik durch Designer als einen Weg der Erfindung beschreiten zu wollen. Walzer, der auf diesem Pfad später vor allem die Theorien von John Rawls und Jürgen Habermas diskutiert, führt diesen wie folgt ein:

Andererseits könnten sich Männer und Frauen, die auf ›keinem bestimmten Standpunkt‹ stehen, auch daran machen, eine völlig neue Welt der Moral zu konstruieren – womit sie dann eher Gottes Schöpfungsakt imitieren als die Entdeckung Seiner Diener. Sie könnten sich zu diesem Unterfangen entweder entschließen, weil sie der Auffassung wären, es gebe derzeit keine real existierende moralische Welt (sei es, weil Gott tot ist, oder weil sich die Menschheit radikal von der Natur entfremdet hat, oder weil die Natur keinen moralischen Sinn kennt); oder sie könnten dies tun, weil sie die tatsächliche moralische Welt für unzureichend hielten oder der Meinung wären, unsere Erkenntnis dieser moralischen Welt könnte – als Erkenntnis – niemals kritisch genug sein.³²

Walzer macht seine Kritik an einem solchen Pfad der Moralphilosophie in einem überspitzten Szenario deutlich. Wenn sich Menschen aus unterschiedlichen moralischen Kulturen und mit unterschiedlicher Sprache an einem ›Nicht-Ort‹, einem ›Außerhalb‹, sagen wir im Weltall, treffen und dort eine Zeit lang gemeinsam leben müssten, so würden sie sich auf eine gemeinsame Sprache und eine gemeinsame Moral verständigen und auch verständigen müssen. Insbesondere gelte dies, wenn der Rawls'sche Schleier des Nichtwissens, ihre eigene, spätere Position in der gemeinsamen Welt verhüllte. Nichts aber ist glaubwürdig daran, anzunehmen, dass auch nur einer von ihnen, wenn er in seine Kultur zurückkehrte, dort die vereinbarten Regeln oder die vereinbarte Sprache einführen würde. Die Idee, man müsse – auf dem Pfad der Erfindung – eine allgemeine, universelle Moral kreieren, indem man zunächst eine Methode zu ihrer Konstitution erfindet (sei es Rawls Gedankenexperiment des Schleiers des Nichtwissens oder Habermas ideale Sprechsituation), scheint für Walzer zumindest nicht der einzige, womöglich nicht einmal der beste Weg in eine gesell-

31 Diese ist vielfach beschrieben. Vgl. u. a. Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten, Berlin 2019.

32 Walzer 1993, S.17.

schaftskritische Moralphilosophie. Vielmehr ist vom bereits Vorhandenen auszugehen, von der bestehenden und etablierten, je eigenen moralischen Kultur, wobei die interpretative, mithin kritische Arbeit darin eher »der Arbeit eines Richters oder Rechtsanwaltes [ähnel], der sich abmüht, in einem Morast konfligierender Gesetze und Präzedenzfälle einen Sinn herauszufinden.«³³ Der wesentliche Unterschied und der wesentliche Vorzug dieses Pfades ist für Walzer gerade die gelebte Struktur der Moral und ihre Alltäglichkeit:

Die moralische Welt hat eine bewohnte Qualität, so wie bei einem seit mehreren Generationen von einer einzigen Familie bewohnten Heim finden sich hier und da nachträgliche Anbauten, und der gesamte Raum ist mit erinnerungsgeladenen Gegenständen und Gebilden gefüllt.³⁴

Es ist vor allem ein Aspekt, der in Walzers Beschreibung dieses interpretativen Weges in die Gesellschaftskritik für einen kritischen Designer mit sozialtransformierendem Anspruch wichtig scheint. Es ist dies die eindeutige Hinwendung zur Alltäglichkeit, und zwar sowohl der Kritik und der Kritiker als auch der Kritikmaßstäbe. Der Kritiker ist für Walzer im Idealfall ein wohlwollender, mit denen, die er kritisiert verbundener und mit ihnen lebender Mahner, der keine neue Moral predigt, sie weder erfunden noch entdeckt hat, sondern an die Maßstäbe erinnert, die ohnehin weitestgehend geteilt werden. »Warum in allen Gesellschaften Kritik eine beständige Möglichkeit darstellt, das liegt nach Marxens Darstellung daran, dass jede herrschende Klasse danach strebt, sich selbst als allgemeine Klasse darzustellen.«³⁵ Und das eben heißt, dass sie genötigt sind, »ihr Interesse als das gemeinschaftliche Interesse aller Mitglieder der Gesellschaft darzustellen, d. h. ideell ausgedrückt: ihren Gedanken die Form der Allgemeinheit zu geben, sie als die einzig vernünftigen, allgemein gültigen darzustellen.«³⁶ Der Kritiker ist vor allem einer, der die Seinigen kritisiert und dabei in vielerlei Hinsicht anknüpfen kann an das Gemeinsame, das sie bereits glauben, hoffen, fürchten oder wünschen. Sein Ausgangspunkt ist der Alltagsverstand, der Gemeinsinn und er bewertet nach den Maßstäben, die in diesem bereits angelegt sind. Sein Mittel ist, wie Antonio Gramsci betont, die unablässige Wiederholung, die sicherlich auch eine Variation gut verträgt, aber auf diese nicht angewiesen ist.³⁷ Und sein Ziel ist nicht die Lösung von Problemen, sondern die Hebung des Bewusstseins, die sich dadurch vollzieht, dass der Alltagsverstand an Kohärenz gewinnt. Wie Gerhard Schweppenhäuser es formuliert, geht es in einer kritischen Theorie des Designs (und wir können anfügen auch bei einem kritischen Design) nicht darum,

beim dichotomischen »Einerseits-andererseits« oder »Sowohl-als-auch« stehen [zu] bleiben, sondern der Bewegung der Gegensätze in sich [nachzugehen, so dass

33 Ebd., S. 29.

34 Ebd.

35 Ebd., S. 51.

36 Engels, Friedrich / Marx, Karl:
Die deutsche Ideologie. In: Marx-

Engels-Werke. Hg. vom Institut
für Marxismus-Leninismus beim ZK
der SED. Bd.3, Berlin 1969 [1845-
1846], S. 47.

37 Vgl. Gramsci 1995, §12, S.1390.

gezeigt werden kann], dass sich ein ›Basiskonflikt‹ beschreiben lässt, der Designphänomenen [und Designdiskursen] der Gegenwart als Einheit von einander widersprechenden Bestimmungen innewohnt.³⁸

In diesem Sinne wäre es die Aufgabe einer kritischen Theorie des Public Interest Designs etwa den Widerspruch einerseits von designerischem Kreativitätsimperativ³⁹ als einer notwendigen Verklärung des Neuen und andererseits mahnerischer Hartnäckigkeit, die sich mehr auf das gemeinsame bereits geteilter Sprache und Überzeugungen stützt, herauszuarbeiten und so das Spannungsfeld zu bestimmen, in dem ein Public Interest Design steht. Dieser Widerspruch ist dann eben nicht einer, der durch mehr Aufklärung oder eine bestimmte Positionierung aufgehoben werden kann, sondern einer, der das Feld an sich konstituiert. Aus dem bisher gesagten wird klar, dass eine einseitige Positionierung einem kritischen Design im Wege steht. Gleichermäßen verhält es sich mit dem Widerspruch im Umgang mit ›Gestaltungsaufgaben‹ als ›Problemen‹. Zum einen drängt Design als wirkungsintentionaler Funktionszusammenhang auf die notwendige Schaffung von ästhetischen Inszenierungs- wie auch funktionalen Gebrauchswerten, die sich klarerweise als Problemlösung verstehen lassen. Zum anderen muss ein klagendes und bisweilen mahnendes Design Antworten auf Problemstellungen finden, die keine Lösungen sind; ein J'accuse des Designs oder vielmehr des Designers ist keine Lösung des Problems, das zur Anklage kommen soll, sondern zunächst der formulierte Anspruch, gehört zu werden. Dieser Anspruch ist ein Anspruch auf Geltung und Design kann eben diesen auch zur Geltung bringen. Allerdings scheint dies als Design nur möglich, wenn dieser zugleich mit Inszenierungs- und Gebrauchswerten ausgestattet wird, also zur Ware wird. Diese Dialektik des Designs kompliziert das Verhältnis von Design und Kritik.

38 Schweppenhäuser, Gerhard: Philosophie und kritische Theorie des Designs. In: Daniel M. Feige / Florian Arnold / Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs, Bielefeld 2020, S.361-381. Hier: S.375 f.

39 Vgl. Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung, Berlin 2012.

Literatur

- Aristoteles: Rhetorik. In: Werke in deutscher Übersetzung. Hg. von Hellmut Flashar, übers. von Christoph Rapp, Berlin 2002.
- Borries, Friedrich von: Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie, Berlin 2016.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main 1987.
- Cooke, Maeve: Zur Rationalität der Gesellschaftskritik. In: Rahel Jaeggi / Tilo Wesche (Hg.), Was ist Kritik? Frankfurt am Main 2019, S.117-133.
- Dunne, Anthony und Raby, Fiona: Speculative Everything. Design, Fiction and Social Dreaming, Cambridge 2013.
- Engels, Friedrich / Marx, Karl: Die deutsche Ideologie. In: Marx-Engels-Werke. Hg. vom Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED. Bd.3, Berlin 1969.
- Gadamer, Hans-Georg: Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik, Tübingen 1990.
- Geiger, Annette: Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs, Bielefeld 2018.
- Haarmann, Anke: Zum erweiterten Designbegriff. In: Daniel M. Feige / Florian Arnold / Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs, Bielefeld 2020. S.213-227.
- Gramsci, Antonio: Philosophie der Praxis. Gefängnishefte 10 und 11, Hamburg 1995.
- Hirdina, Heinz: Design. In: Karlheinz Brack u.a.: Ästhetische Grundbegriffe. Bd.2. Stuttgart 2010, S.41-63.
- Kant, Immanuel: Kritik der Urteilskraft, Hamburg 2006.
- Mareis, Claudia: Theorien des Designs. Zur Einführung, Hamburg 2014.
- Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung, Berlin 2012.
- Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten, Berlin 2019.
- Schweppenhäuser, Gerhard: Philosophie und kritische Theorie des Designs. In: Daniel M. Feige / Florian Arnold / Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs, Bielefeld 2020. S.361-381.
- Sloterdijk, Peter: Das Zeug zur Macht. Bemerkungen zum Design als Modernisierung von Kompetenz. In: Daniel M. Feige / Florian Arnold / Markus Rautzenberg (Hg.), Philosophie des Designs. Bielefeld 2020, S.73-91.
- Smolarski, Pierre: Ästhetik und Rhetorik des Alltags. Ein Versuch über die Alltagsästhetik als Methode. In: Christoph Rodatz / Ders. (Hg.), Was ist Public Interest Design? Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018. S.175-199.
- Smolarski, Pierre: In Times of Irony Authority becomes overwhelming. A Rhetoric of Subversion. In: Tom Bieling (Hg.), Design (&) Activism. Sesto S.Giovanni (Italien) 2019, S.157-171.

Veblen, Thorstein: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, Frankfurt am Main 2007.

Walzer, Michael: Zweifel und Einmischung. Gesellschaftskritik im 20. Jahrhundert, Frankfurt am Main 1991.

Walzer, Michael: Kritik und Gemeinsinn, Frankfurt am Main 1993.

MARA RECKLIES

Kriterien für gutes Design, die den Schaden maximieren

**Überlegungen zur Kriteriologie
des Designs**

[H]umanity is in a crisis because its designs and inventions have been so successful [...] that we have ruined the very things we need to sustain us and other forms of life.¹

(Anne-Marie Willis)

Die Akteure des Designs kennen die Probleme der Gegenwart. Sie wissen von der Klimakatastrophe und den gravierenden geologischen Veränderungen anthropogenen Ursprungs. Sie wissen, welche Konsequenzen Überkonsum für die ärmeren Teile der Erdbevölkerung hat, sie wissen von der Gewalt, Ausbeutung und Ungerechtigkeit, die der westliche Konsum auf Kosten anderer Teile der Weltbevölkerung verursacht. Sie wissen von den Instrumenten, die aus politischen oder ökonomischen Gründen zur Überwachung und Steuerung von Menschen eingesetzt werden.² Sie wissen, dass Design immer wieder als Mittel für eine Vielzahl von Zwecken genutzt wird, die nicht ihren Absichten entsprechen. Und sie haben zahlreiche Versuche unternommen, dies zu vermeiden oder zu ändern. Sie betonten immer wieder den sozio-politischen, ökologischen oder (umwelt)ethische Anspruch ihrer Disziplin. Es wurden Manifeste verfasst, Leitfäden geschrieben und Thesen für gutes Design proklamiert. Doch der Erfolg war eher gering, auch wenn das diskursive Echo groß war.

Woran liegt es also, dass Design, trotz seinem immer wieder beschworenen Bewusstsein für die Missstände der Welt, aktiv zu ihrer Aufrechterhaltung beiträgt? Wie ist es möglich, dass Design dennoch Ausführgehilfe eines Systems ist, dass, so scheint es, zielgerichtet auf den wirtschaftlichen als auch ökologischen Kollaps zusteuert? Wie ist zu erklären, dass Design so oft seinen eigenen Idealen nicht gerecht werden kann?

Ich möchte in diesem Aufsatz die These verfolgen, dass viele Kriterien für ›gutes Design‹ zu dem Schaden erheblich beigetragen haben. Dass sie also, entgegen den Absichten derer, die sie formulierten, nicht zu etwas ›Gutem‹ geführt, sondern viel eher Schäden maximiert haben, anstatt sie zu beseitigen.

Was damit gemeint ist, möchte ich in drei Abschnitten exemplarisch an den programmatischen Behauptungen ›gutes Design ist funktional‹, ›gutes Design ist stilvoll‹ und ›gutes Design ist human-centered‹ darlegen.³ Dafür werde ich in aller Kürze skizzieren, woher diese Kriterien stammen, wie sie Diskursmacht erlangten und Perspektiven aufzeigen, aus denen sie kritisiert werden, um darzulegen, in welcher Hinsicht sie Schäden maximieren. Schlussendlich werde ich meine Überlegungen zur Kriteriologie des Designs noch einmal zusammenfassen. Dafür werde ich die Beschaffenheit von Kriterien beleuchten und auf Schwierigkeiten hinsichtlich ihrer Anwendung verweisen.

1 Willis, Anne-Marie: Introduction. In: Ders. (Hg.), *The Design Philosophy Reader*, London / New York 2019, S.1-8. Hier: S.2.

2 Vgl. ebd., S.3.

3 Diese programmatischen Kriterien habe ich gewählt, da sie im 20. und 21. Jahrhundert die Vorstellung von ›gutem Design‹ maßgeblich prägten.

1. Gutes Design ist funktional

Funktionalität, das erste Bewertungskriterium für ›gutes Design‹, das an dieser Stelle exemplarisch untersucht werden soll, hat insbesondere die deutsche Entwurfspraxis geprägt wie kaum ein anderes. Vermehrt aufgetaucht ist die Vorstellung, dass Funktionalität professioneller Gestaltung wesentlich im 19. Jahrhundert in Debatten um Architektur, von wo aus sie ihren Weg in die Diskussionen über die Gestaltung von industriell gefertigten Konsumgütern fand. Manifestiert hat sie sich schließlich im Funktionalismus, einem dogmatischen Designprinzip, welches besagt, dass sich die Gestalt von Designobjekten primär aus ihrer Funktion ergeben müsse.⁴

Vordenker des Funktionalismus ist die Chicagoer Schule, in deren Umfeld auch der notorisch fehlinterpretierte Satz »form follows function«⁵ des amerikanischen Architekten Louis Henry Sullivan im Jahre 1896 fiel. Zum populärsten Designprinzip der folgenden Jahrzehnte wird der Funktionalismus aber erst mit der Gründung des Deutschen Werkbunds im Jahr 1907. Von diesem Zeitpunkt an bildet er das ideologische Grundgerüst der Gestaltungsdisziplinen, das sogar noch in den 1950-60er Jahren, etwa an der Hochschule für Gestaltung in Ulm, einflussreich ist – und sich, trotz massiver Funktionalismuskritik ab Ende der 1950er, bis in die 1980er erstreckt.⁶

Der Funktionalismus propagierte das Ideal einer rein zweckdienlichen, »rationellen Schönheit«⁷, die seine Vertreter, wie zum Beispiel den Designer und Künstler Max Bill, dazu

4 Die Unterscheidung zwischen funktionalistischem und funktionalem Design hat sich z. T. sprachlich aufgeweicht, obwohl sie einen wesentlichen Unterschied bezeichnet. Ist ein Entwurf funktional, so ist er der Intention des Gestaltungsauftrags oder -anliegens gemäß gestaltet. Kurz: Er ist der intendierten Funktion entsprechend entworfen. Ist ein Entwurf funktionalistisch, so ist er den Prinzipien des Funktionalismus entsprechend gestaltet beziehungsweise aus designhistorischer Perspektive dem Funktionalismus zuzuordnen. Trotz dieser Unterscheidung schliessen das Funktionalistische und das Funktionale sich nicht gegenseitig aus – funktionalistische Entwürfe zielen schließlich darauf ab, funktional zu sein. Jedoch könnte dieser Unterscheidung folgend fälschlicherweise vermutet werden, dass die Aussage ›gutes Design ist funktional‹ nicht den Funktionalismus betreffe, sondern Funktionalität. Diese Schlussfolgerung ginge jedoch fehl – schließlich ist Funktiona-

lität das namensgebende Kriterium des Funktionalismus. ›Funktionalität‹ soll daher im Folgenden sowohl als namensgebendes Kriterium des Funktionalismus, als auch als Kriterium zur Beurteilung der Qualität von Design an sich untersucht werden. Zu weiterer Mehrdeutigkeit des Begriffs vgl. auch Dorschel, Andreas: Gestaltung. Zur Ästhetik des Brauchbaren, Heidelberg 2003, S.38 f.

5 Geiger, Annette: ›Form follows function‹ als biozentristische Metapher. In: Annette Geiger / Stefanie Hennecke / Christin Kempf (Hg.), Spielarten des organisatorischen in Architektur, Design und Kunst, Berlin 2005, S.51-67.

6 Vgl. Posener, Julius (Hg.), Anfänge des Funktionalismus: Von Arts and Crafts zum Deutschen Werkbund, Frankfurt am Main / Berlin 1964, als auch Bürdek, Bernhard E. (Hg.), Vom Mythos des Funktionalismus, Köln 1997.

7 Vgl. Bill, Max: Funktion und Funktionalismus. Schriften: 1945-1988, Bern 2008, S.54.

brachte, zeitweilig jegliches Design abzulehnen, in dem sie etwas anderes »ausser der reinen funktionsbefriedigung« – etwa »spieltrieb«⁸ – mitwirken sahen. Nur »funktionelle gestaltung«⁹ könne die Probleme industrieller Gestaltung lösen, so ihre Überzeugung. Ein spezifischer Stil, vom Werkbund als die ›gute Form‹ bezeichnet, sollte universell zum Standard erhoben werden.

Jedoch löste der Funktionalismus – nicht nur wegen seines normativen Anspruchs und seiner Dogmatik – vielfach Kritik aus.

Auf praktischer Ebene rebellierten beispielsweise die Akteure des italienischen Radical Design gegen das dienstleistungsorientierte Designverständnis des Funktionalismus und mahnten eine system- und konsumkritischere Haltung an. Auf philosophischer Ebene wurde der Funktionalismus insbesondere im Rahmen der Gesellschaftskritik ab den 1960er Jahren thematisiert. Ein Beispiel bietet Theodor W. Adornos Vortrag *Funktionalismus heute* aus dem Jahr 1965. In ihm wies er auf die inneren Widersprüche des Funktionalismus hin und kritisierte ihn nicht nur als eintönig und borniert, sondern proklamiert auch, dass er sein erklärtes Ziel verfehlt habe. Entgegen seinem eigentlichen Anliegen, den Bedürfnissen der Menschen zu entsprechen, würden die von ihm idealisierten »spitze Kanten, karg kalkulierte Zimmer, Treppen und Ähnliches« den Menschen »sadistische Stöße«¹⁰ versetzen. Zudem sei die grundlegende Annahme des Funktionalismus falsch. Die in ihm postulierte »chemisch reine Zweckmäßigkeit als Gegenteil des Ästhetischen« existiere nicht: »keine Form ist gänzlich aus ihrem Zweck geschöpft« heißt es, noch »die reinsten Zweckformen« seien durch »Vorstellungen wie der formaler Durchsichtigkeit und Faßlichkeit«¹¹ gespeist.

Die Funktion des Funktionalismus

Wodurch aber erklärt sich der Erfolg der funktionalen Emphase im Design des 20. Jahrhunderts? Weshalb schien es so wichtig das Rationale, das Zweckmäßige, Nicht-Verspielte von Gestaltung zu betonen? Was war die eigentliche Funktion des Funktionalismus? Rührt die Vorliebe tatsächlich, wie der Designtheoretiker Bernhard Bürdek spitz bemerkte, »vom schlechten Gewissen mancher Designer her«, die sich sorgten, sie könnten »als ›Frisöre‹«¹² gelten? Er geht davon aus, dass der Fokus auf Funktionalität nichts anderes ist, als ein Akt der Sinngebung und Aufwertung der Designpraxis.¹³

Liegt Bürdek richtig, so würde dies bedeuten, dass der Fokus auf betont zweckdienliche, sachliche Formgebung nicht nur auf rationaler oder rein kalkulatorischer Ebene beruht, sondern eine ideologische Komponente hat. Was zunächst schwer vorstellbar sein mag, gelten Funktionalität, Zweckdienlichkeit – und die damit vermeintlich einhergehende Effizienz – doch als dem Design wesentlich.

8 Bill, Max: warum bauen architekten auch möbel?. In: Thomas Buchsteiner / Otto Letze (Hg.), max bill, maler, bildhauer, architekt, designer, Ostfilern-Ruit 2005, S.98-101. Hier: S.101.

9 Ebd.

10 Adorno, Theodor W.: Funktionalismus heute. In: Ders. Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft I/II, Frankfurt am Main 1977, S.375-395. Hier: S.381.

11 Ebd., S.378.

12 Bürdek 1997, S.7.

13 Ebd.

Allerdings verwies auch der Designhistoriker Gert Selle schon darauf, dass in der funktionsbetonten Gestaltung industrieller Massenprodukte in erster Linie »die Rationalität des industriellen Produzierens und der kapitalistischen Wertschöpfung dingfest werden«¹⁴ sollte. Viele Hersteller inszenierten sich in der Hochzeit des Funktionalismus als kulturpolitische Instanzen, die einen pädagogischen Auftrag zum Wohle der Gesellschaft ausführten. »Kunstsoziale, ästhetisch-kulturelle und erzieherische Fragen der Zeit werden vor dem Hintergrund einer industriellen Entwicklung diskutiert«, heißt es bei ihm, »zweck- und materialgerechte Gestaltung« habe als Akt von »Wahrhaftigkeit« gegolten, als »sittliche Leistung«¹⁵. Die Konsequenz dieses Gestaltungsanspruchs war, dass ab diesem Zeitpunkt als »unabweisbar rückständig« schien, »was sich gegen das funktionsästhetische Prinzip richtet.«¹⁶

Ist der Funktionalismus also in erster Linie Ideologie und beruht gar nicht auf rationalen Abwägungen?

Der schwedische Designhistoriker Kjetil Fallan liefert mit seiner Forschung zahlreiche Argumente dafür. Er verwies mehrfach darauf, dass die »Ismen« modernen Designs zwar oft wie rational begründete Theorien behandelt werden, in Wahrheit jedoch verschleierte Ideologien sind. Und ist der Auffassung, dass sich dies unter anderem an dem dogmatischen und programmatischen Anspruch zeigt, mit dem sie fernab der objektiven Logik wissenschaftlicher Theorien formuliert seien. »Ismen«, so Fallan, formulieren normative Ansätze mit dem Ziel zu diktieren »how art/architecture/design *should be*«¹⁷.

Auch aus den Reihen der Philosophie wurde auf die ideologische Färbung des Funktionalismus schon früh hingewiesen. Adorno warnte, dass in der Überhöhung der Funktion eine bedenkliche Technikhörigkeit zum Tragen käme, die sich aus dem Glauben an die Überlegenheit des Rationalen, des Zweckgerichteten und Funktionalen speise. Im Geiste der zum Selbstzweck gewordenen Technik verlange der Funktionalismus eine strikte »Subordination unter die Nützlichkeit«¹⁸ und fordere vom Menschen »rein technologisch, kausal-mechanisch«¹⁹ zu denken. Doch sei es nicht Aufgabe der Menschen, Technik-Mimemis zu betreiben und funktional zu werden, sondern es sei die Technik, die dem Menschen entsprechen müsse.

Dass diese – und viele andere Einwände, die an dieser Stelle nicht aufgeführt wurden – zu einem Misstrauen gegenüber der funktionalen Emphase des Designs geführt haben, kann erstaunlicherweise nicht konstatiert werden. Ungeachtet all der massiven Kritik hat das »Hohelied des Funktionalismus«²⁰ ein ästhetisches, vor allem aber auch wirkmächtiges epistemisches Erbe im Design hinterlassen – was sicherlich auch daran liegt, dass der Funktionalismus in Deutschland über einen ausgesprochen langen Zeitraum das »erkennnistheoretische Credo des Designs«²¹ war. Das Resultat ist eine eigentümliche Designlogik,

14 Selle, Gert (2007): Geschichte des Design in Deutschland, Frankfurt / New York, S.107.

15 Selle 2007, S.115.

16 Ebd., S.108.

17 Fallan, Kjetil: Design History. Understanding Theory and Method, London / New York 2010, S.116.

18 Adorno 1977, S.390.

19 Ebd.

20 Bürdek 1997, S.7.

21 Ebd.

die auch unabhängig vom Funktionalismus weiterexistiert. Ihr folgend entspricht das Funktionale dem Rationalen, und das Rationale gilt als das qualitativ und moralisch Erstrebenswerte. Im Umkehrschluss bedeutet es jedoch auch, dass improvisierte, emotionale oder intuitive Gestaltung als unterlegen gilt, oder durch vorherrschende Designbegriffe exkludiert wird. Völlig zu Unrecht, wie eine jüngere Untersuchung zeigt.²²

Rücksichtslose Funktionalität

Dass das Funktionale nicht in jeder Hinsicht gut ist, offenbart sich jedoch auch unabhängig von der Funktionalismuskritik. So wies Ende der 1980er Jahre der Designhistoriker John A. Walker darauf hin, dass Design im 20. Jahrhundert zwar hochfunktional gewesen sei, dabei jedoch größtenteils im Dienst »gefährlicher Erzeugnisse«²³ wie Kriegstechnologien, Unterdrückungs- und Überwachungsinstrumenten gestanden hätte. Auch andere Denker zeigten sich geschockt von der Funktionalität der Gestaltung zu inhumanen Zwecken und versuchten, die Widersprüchlichkeit der funktionalen Emphase sichtbar zu machen.²⁴

Doch nicht nur das kriegsgeschüttelte 20. Jahrhundert, sondern auch die ökologischen, ethischen und aus ökonomischen Gründen verursachten Katastrophen der Gegenwart illustrieren, wie problematisch die Funktionalität von Design sein kann. Das wirksame Design von Google, Instant-Messaging-Diensten wie WhatsApp oder der Social-Media-Plattform Instagram, mitsamt deren Mutterkonzern Facebook, sorgt für Aufsehen. Publikationen, die sich mit dem Design befassen, das User zwanghaft dazu bringt, Aktualisierungsbuttons zu betätigen und Apps aufzurufen, werden zu Bestsellern.²⁵ Politische Meinungsbildung wird durch das hochfunktionale Zusammenspiel von Design und Algorithmen maßgeblich beeinflusst, Diskussionen werden angeheizt oder unterdrückt. Zugleich – und dieses ist

22 Dass Improvisation in professionellem Design eine zentrale Rolle spielt, zeigte kürzlich Annika Frye: *Design und Improvisation: Produkte, Prozesse und Methoden*, Bielefeld 2017. Über den Exklusionscharakter des Designbegriffs schrieb Cheryl Buckley eine Analyse, die meine These stützt. (Vgl. Buckley, Cheryl: *Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design*. In: Victor Margolin (Hg.), *Design Discourse. History, Theory, Criticism*, Chicago 1989, S.251-264)

23 Walker, John A: *Designgeschichte*, München 1992, S.46.

24 Der Philosoph Vilém Flusser berichtete etwa von einem Brief, in welchem ein Industrieller sich bei einem Nazi-Funktionär dafür entschuldigt, dass die Gasöfen nicht funktional genug gestaltet seien – sie hätten nur hunderte, anstatt tausende Menschen auf einmal töten

können. Flusser behauptet zudem, dass im Irakkrieg dank hervorragendem Design auf einen alliierten Soldaten 1000 tote Iraker kämen, was nur durch zweckmäßiges und wissenschaftlich akkurates Design möglich sei. (Vgl. Flusser, Vilém: *Ethik im Industriedesign? In: Ders., Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design*, Göttingen 1993b, S.28-31. Hier: S.30 ff.) Als »Anti-Designer« bezeichnet Flusser daher Personen, die funktionale Gestaltung von Waffen ablehnen und stichelt: »entweder Heiliger, oder Designer«. (Flusser, Vilém: *Der Krieg und der Stand der Dinge*. In: Ders., *Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design*, Göttingen 1993a. S.35-39. Hier: S.37)

25 Vgl. Eyal, Nir: *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, New York 2014.

erneut nur eins von vielen weiteren möglichen Beispielen – akkumulieren sich weltweit die ab den späten 1970er Jahren verbreiteten, hochfunktionalen PET-Flaschen mit Plastiktüten und anderen Einwegartikeln aus Plastik zu gigantischen Müllinseln und -bergen, die nicht recycelt werden – meist aus strukturellen Gründen wie mangelnder Infrastruktur et cetera. Dennoch ist der Plastikverbrauch hoch: Fast schon zu gut funktionieren billig herzustellende, einfach zu transportierende Plastikverpackungen, sogenannte »To-go«-Becher und Einweggeschirr.²⁶

Wer profitiert von ihrer Funktionalität? Kennzeichnet die hohe Funktionalität all diese Dinge als »gut«? Ist das »gutes Design«? Und wenn ja, ist »gutes Design« noch gut für uns? Ist »gutes Design« gut für die Erde? Müsste hier nicht von »einseitiger Funktionalität« gesprochen werden? Von »dysfunktionaler Funktionalität«? Sollten nicht endlich neue, adäquate Terminologien eingeführt werden, um auf Formen »rücksichtsloser Funktionalität« hinweisen zu können?

Die Funktion der Funktion

Mit den letztgenannten Beispielen hat eine Verschiebung der Argumentationsebene stattgefunden. Es geht nicht länger um Funktionalität im Sinne des Funktionalismus, sondern um die ökologisch oder ethisch schwerwiegenden Folgen, welche Design trotz eines hohen Grades an Funktionalität nach sich ziehen kann. Um Folgen, die von Auftraggebern, Herstellern oder Designerinnen und Designern oft nicht berücksichtigt werden. Und Folgen, die oft in die Beurteilung von »gutem Design« nicht einfließen.

Wobei sicherlich nicht nur Ignoranz für diese Auslassung verantwortlich ist, sondern auch, dass Funktion und Zweckmäßigkeit in räumlicher und zeitlicher Ausdehnung schwer kalkulierbar sind. Ein Gedanke, den auch Adorno bereits äußerte, als er darauf verwies, dass Zweckmäßigkeit als Selbstzweck einer Illusion anheimfalle. Da gesellschaftliche Prozesse ungeachtet aller Planungen schlussendlich immer »planlos, irrational«²⁷ verlaufen, laufen auch die Zwecke der Gestaltung Gefahr, von gesellschaftlichen Irrationalitäten gelenkt zu werden. Zweckmäßigkeit dürfe daher immer nur »jetzt und hier« oder »in der gegenwärtigen Gesellschaft«²⁸ gelten. Reklame etwa sei »zweckmäßig für den Profit«²⁹, nicht aber für die Gesellschaft, womit Adorno illustrieren möchte, dass Begriffe wie »nützlich« oder »unnützlich« nicht länger greifen. Das Nützliche sei längst »entstellt, verhext« heißt es bei ihm, es sei nichts als »Lüge«³⁰ wenn es vorgebe, es sei um der Menschen willen da, obwohl es tatsächlich doch nur »um des Profits willen«³¹ existiere. Für Adorno ist das angeblich Nütz-

26 Auch wenn der Verbrauch von Tüten aus Plastik in Deutschland massiv gesenkt werden konnte, liegt der Verbrauch von Plastikverpackungen insgesamt in Deutschland auf dem historisch höchsten Stand. Laut Bundesumweltministerium werden z. B. in der BRD stündlich rund 320.000 Einweg-Becher verbraucht, davon sind circa 140.000 »To-go«-Becher. Kunststoffabfälle haben

sich zwischen 2015 und 2017 von 3,9 Prozent auf 6,15 Millionen Tonnen fast verdoppelt. (Vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/dunne-plastiktueten-verbotten-1688818> (Abruf: 02.02.2020)).

27 Ebd.

28 Adorno 1977, S. 379.

29 Ebd.

30 Ebd., S. 390.

31 Ebd., S. 391.

liche immer bereits »verflochten in den Schuldzusammenhang«³² des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Systems. Funktionales Design ist daher immer nur der intendierten Funktion gemäß gut – im Sinne von »gelingen«. In dem Sinne, dass das Vorhaben den Vorgaben entsprechend gut ausgeführt wurde. Ob das tadellose Funktionieren wiederum ethisch, ökonomisch oder ökologisch gut ist, bleibt offen. Dies könnte der Fall sein – muss es jedoch nicht. Die Qualität von Design allein an seinem Funktionieren zu bemessen oder ihm darauf basierend das Attribut »gut« zu verleihen, ist also nicht hinreichend.

Dabei läuft meine Argumentation an dieser Stelle nicht darauf hinaus, funktionales Design per se abzulehnen. Oder, wie Flusser ironisch vorschlug, absichtlich schlechter zu gestalten als man könnte, und »Pfeilspitzen, die immer wieder danebenschießen, Papiermesser, die immer schneller stumpf werden, Raketen, die dazu neigen, in der Luft zu platzen« zu entwerfen und so »Stühle in den Kauf zu nehmen, die unter dem Sitzenden immer wieder zusammenzubrechen drohen.«³³ Vielmehr möchte ich darauf hinweisen, dass Funktionalität nur eines von vielen Kriterien für gutes Design sein kann, und auch nur, wenn sie reflexiv ist. Die Frage nach Funktionalität muss immer die Frage nach der Funktion der Funktion mit sich ziehen. Es muss gefragt werden, wer von der Funktion profitiert und wer leidet, welche Konsequenzen das Funktionieren nach sich ziehen wird.

2. Gutes Design ist stilvoll

Das zweite Bewertungskriterium für Design, das untersucht werden soll, ist eng mit dem Funktionalismus verknüpft, prägte er doch selbst einen formalästhetischen Stil. Doch gibt es auch, von ihm abgesehen, viele weitere einflussreiche Stillehren und ästhetische Programme, die im Design mit Universalanspruch artikuliert wurden.

Deutlich formuliert findet sich die Forderung nach einer gewissen Ästhetik zum Beispiel in den bis heute populären 10 Thesen für gutes Design von Dieter Rams. Dieser hat seiner These »[g]utes Design ist ästhetisch«³⁴ zwar eine kurze Ausführung hinzugefügt, sich aber nicht konkret für einen Stil ausgesprochen. Welchen Vorstellungen ästhetisches Design bei ihm unterliegt, verdeutlicht aber das Credo »less is more«³⁵, das bis heute weltweit stilistischen Einfluss übt.

Übernommen wurde es etwa für das Design der *Apple*-Produkte, wo es rasch als Ausweis einer angeblich außergewöhnlichen ästhetischen Qualität galt, der ein so hoher Stellenwert zugeschrieben wurde, dass sie die zahlreichen Defizite der Geräte unbedeutend

32 Ebd., S. 390.

33 Flusser 1993a, S. 37.

34 Siehe de Jong, Cees W. (Hg.), Zehn Thesen für gutes Design: Dieter Rams, München 2017.

35 Vgl. Rams, Dieter: Weniger, aber besser. Less but better, Berlin 2014, als auch Keiko Ueki-Polet & Klaus Klemp (Hg.), Less and More. The Design Ethos of Dieter Rams, Berlin 2009.

erscheinen ließ.³⁶ Der Stil von Apple gilt als formaler Meilenstein in der Geschichte des Designs und war ein wesentlicher Faktor für die beeindruckend hohen Verkaufszahlen der vergleichsweise teuren Geräte.³⁷ Personen, die finanziell nicht in der Lage waren, diesen Preis zu zahlen, mussten sich mit vermeintlich ästhetisch minderwertigeren, dafür aber preiswerteren Geräten begnügen. Geräten, die mit der hohen Geschwindigkeit der ästhetischen Ökonomie bald ein ganz ähnliches Design hatten – jedoch fehlte ihnen die Aura des Originals, das Versprechen von Stilsicherheit und Exklusivität. Der *iPod* oder später das *iPhone* oder *MacBook* galten unter Konsumierenden als Ausweis für ein ästhetisches Qualitätsbewusstsein, für guten Geschmack, und auch die Vermarktung der Geräte zielte darauf ab.

Das Beispiel *Apple* mitsamt seiner Design- und Preispolitik verdeutlicht, dass Stil nicht nur ein Mittel zur Konsumförderung ist, sondern auch der Distinktion, der Aus- und Abgrenzung dient. Der Primat des kultivierten Geschmacks und die Vorstellung einer adäquaten Ästhetik, die bis heute in der professionalisierten Designpraxis und vor allem in der Lehre vorherrschen, sind dabei keinesfalls eine neue Entwicklung. Sie haben historische Vorläufer, die viel zu selten im Design thematisiert werden.

Zur Kolonialität westlicher Ästhetik

Um einen zugegebenermaßen weiten Bogen zu spannen: Die Entwicklung des kultivierten Geschmacks hat politische Hintergründe. Formiert hat sich die westliche philosophische Ästhetik nämlich nicht zuletzt als »Auseinandersetzung mit imperial-kapitalistischen Verhältnissen«³⁸. Die Einteilung von Menschen in ästhetisch gebildete und ungebildete, mitsamt der damit einhergehenden stilpädagogischen Herablassung, wurzelt in der europäischen Ästhetik, die ich schlaglichtartig mit der Philosophin Ruth Sonderegger, der feministischen Literaturwissenschaftlerin Gayatri Chakravorty Spivak sowie dem Literaturwissenschaftler Simon Gikandi beleuchten möchte.

36 Hierzu zählt etwa die proprietäre Software bzw. das Closed-Source-Prinzip, das Änderung bzw. Weitergabe der Software durch Dritte massiv einschränkt. Zudem verhindert das Design der Geräte gezielt Reparaturen oder Akkuwechsel zulasten seiner Umwelt- und Nutzerfreundlichkeit. Von den problematischen Rohstoffen, die in derartigen elektronischen Geräten verbaut werden müssen, ganz abgesehen, sind auch die katastrophalen Produktionsbedingungen der Geräte bekannt, gegen die nur halbherzig vorgegangen wird. In den letzten Jahren kritisierte z.B. auch Don Norman die Priorisierung von minimalistischen Designs bei Apple, da

es zunehmend zulasten der Usability geht. (Vgl. Norman, Don / Tognazzini, Bruce: How Apple is Giving Design a Bad Name. In: Fast Company vom 11.10.2015)

37 Zu dem großen Einfluss von Dieter Rams Stillehre auf das Design der Apple-Produkte siehe Esslinger, Hartmut: Genial einfach: Die frühen Design-Jahre von Apple. Stuttgart 2014.

38 Sonderegger, Ruth: Fragen zur Kolonialität der europäischen Ästhetik. In: Eva Knopf / Sophie Lembcke / Mara Recklies (Hg.), Archive dekolonialisieren. Mediale und epistemische Transformationen in Kunst, Design und Film, Bielefeld 2018, S.251-258. Hier: S.251.

Gikandi verwies unter anderen auf den engen Zusammenhang zwischen der englischen Vorstellung eines kultivierten Geschmacks und der Geschichte der Sklaverei.³⁹ Auch Sonderegger erklärte, dass die Idee, man müsse einen gewissen Geschmack erlernen oder besitzen, politische Hintergründe hat. So habe das Konzept *taste* in der frühen Ästhetik als Abgrenzungsmechanismus gedient, welcher erlaubte »zwischen den sog. Zivilisierten und den weniger oder gar nicht Zivilisierten«⁴⁰ zu unterscheiden. Benötigt wurde diese Abgrenzung, um das Leid der Kolonialisierung sowie die Versklavung und den Tod von Millionen von Menschen zu rechtfertigen.⁴¹

Auch die deutsche Ästhetik war nicht frei von derartiger politischer Motivation. Zwar betont Sonderegger, dass die deutschen Fürstentümer zur Zeit Kants natürlich keine Kolonialmacht im Sinne Englands gewesen seien, verweist aber auch darauf, dass Kant in der *Kritik der Urteilskraft* »nicht nur in Beispielen«⁴² People of Color die Fähigkeit abspricht zivilisiert genug zu sein, um reine Geschmacksurteile fällen zu können.⁴³

Die strikten Prinzipien, die das westliche Denken in der Ästhetik formulierte, als es festlegte, was nutzlos, was zweck- und sachdienlich, und vor allem, was schön und was erhaben ist, verfestigten das normative Konzept des kultivierten Geschmacks: »always othering anything that fell through the coarse sieve of the normative Western/Northern aesthetics while presenting its local affective experience as universal.«⁴⁴ Es wurden Erzählungen der ›Anderen‹ produziert, die Hierarchien herstellten. An ihrer Spitze standen der ›universelle Europäer‹, der als rational, wissenschaftlich, zivilisiert und stilvoll beschrieben wurde. Unter ihm standen die als primitiv und körperlich beschriebenen Indigenen.⁴⁵

39 Vgl. Gikandi, Simon: *Slavery and the Culture of Taste*, Princeton / Oxford 2011.

40 Sonderegger 2018, S. 253.

41 »Am einfachsten gelang das durch ›Beweise‹, dass manche Menschen keine Menschen sind oder zumindest noch keine Menschen im vollen Sinn.« Sonderegger 2018, S. 253.

42 Ebd., S. 254.

43 Ebd. führt Sonderegger weiter aus: »Vielmehr zeigen seine Überlegungen zum *sensus communis* als dem ultimativen Beweis des Geschmacksvermögens und des Ausweises von Zivilisiertheit, dass dieses Vermögen nur in sehr wenigen Menschen bereits ausgebildet ist, die meisten es noch lernen müssen und manche auch gar nicht lernen können. Zu diesem Fazit kommt Kant in einem Kontext, in dem er erläutert, warum die Irokesen und Kariben (noch) keine Ahnung vom *sensus communis* haben.« Siehe hierzu auch: Sonderegger, Ruth: *Kants Ästhetik im Kontext des kolonial gestützten Kapitalis-*

mus. Ein Fragment zur Entstehung der philosophischen Ästhetik als Sensibilisierungsprojekt. In: *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft*, Sonderheft 17: Sensibilität der Gegenwart. Wahrnehmung, Ethik und politische Sensibilisierung im Kontext westlicher Gewaltgeschichte (2018), S. 109-128.

44 Tlostanova, Madina: *On Decolonizing Design*. In: *Design Philosophy Papers*, März (2017), S. 51-61, S. 8.

45 Die Designanthropologin Dorí Tunstall beschreibt derartige Vorgänge auch für die Gegenwart, bei denen die westliche bzw. europäische Sichtweisen auf alles nicht-westliche die ›Anderen‹ überhaupt erst produziert, denen zugleich die Möglichkeit genommen wird, ihre Selbstbestimmung und Identifizierung selbst zu übernehmen. (Vgl. Tunstall, Elizabeth (Dorí): *Decolonizing Design Innovation: Design Anthropology, Critical Anthropology, and Indigenous Knowledge*.

Stillehren und die Hebung des Volksgeschmacks

Doch in der Konstruktion von Stil und Geschmack kommen nicht nur Strategien zur Konstitution von *Race* zum Einsatz, sondern auch Klasse. Besonders deutlich zeigen dies Diskurse aus der Mitte des 19. Jahrhunderts, in deren Mittelpunkt Bemühungen stehen, universelle stilistische Kriterien für die Gestaltung von Konsumgütern festzulegen.

Ein Beispiel bietet die Geschmackslehre des Architekten Gottfried Sempers. Ihn trieb die Frage um, ob es für die industriell gefertigten Objekte nicht eine »technische Stillehre«⁴⁶ brauche, die von der der Künste verschieden sei, da viele industriell verarbeitete Stoffe neu waren und verarbeitet wurden, »ohne daß durch vielehundertjährigen Volksgebrauch sein Stil sich entwickeln konnte.«⁴⁷

Semper tadelte anlässlich der Weltausstellung in London die industrielle Gestaltung als »verworrenes Formgemisch oder kindische Tändelei«⁴⁸. Ihn besorgte die neue Macht der Konsumierenden, nach deren Geschmack die Hersteller sich zunehmend richteten. Um diesen seinen Vorstellungen anzupassen sprach er sich für einen »*allgemeinen Volksunterricht des Geschmacks*« durch »parteiische Unterweisung«⁴⁹ aus, warnte jedoch auch davor, dem Volk einen Geschmack zu diktieren. Eine Ansicht, die nicht alle teilten. Denn die Überzeugung, es gäbe eine Notwendigkeit zur »Hebung des Volksgeschmacks«⁵⁰ ist kein singuläres Phänomen, sondern findet sich auch in anderen Bewegungen wie *Art & Crafts* und anderen Reformern des 19. und 20. Jahrhunderts die versuchten, »mit Totalitäts-Theoremen ästhetischer und sozialphilosophischer Art [...] einen ästhetischen und moralischen Weltentwurf zu konstruieren«⁵¹.

Die kolonialistisch geprägte Vorstellung, dass sämtliche Menschen auf der Welt an einer *spezifischen westlichen* Ästhetik »genesen« müssten, zu ihr geschult oder sogar zu ihr unfähig seien, findet sich auch in zahlreichen Texten des Wiener Architekten Adolf Loos.⁵² Insbesondere der im Jahre 1908 veröffentlichte Text *Ornament und Verbrechen* ist bedauerlicherweise dennoch konstitutiv für das Selbstverständnis von Design.⁵³ Loos war es zudem, der den im Funktionalismus populären Gedanken verfestigte, dass sich durch das »entfernen des ornamentals aus dem gebrauchsgegenstand« eine »evolution der kultur«⁵⁴

In: Wendy Gunn / Otto Ton / Rachel Charlotte Smith (Hg.), *Design Anthropology: Theory and Practice*, New York 2013, S.232-250

46 Semper, Gottfried: *Wissenschaft, Industrie und Kunst. Und andere Schriften über Architektur, Kunsthandwerk und Kunstunterricht*, Mainz 1966, S.27-71. Hier: S.37.

47 Ebd., S.33.

48 Ebd., S.32 f.

49 Ebd., S.63. Kursivierung im Originaltext.

50 Ebd., S.62.

51 Breuer, Gerda: *Universalistische Erneuerung im Dienste des Verzichtes. Eine Hinführung zum Kompendium der Texte*. In: Ulrich Conrads /

Peter Neitzke (Hg.), *Ästhetik der schönen Genügsamkeit oder Arts&Crafts als Lebensform*, Braunschweig / Wiesbaden 1998, S.9-60. Hier: S.11 f.

52 Vgl. Kravagna, Christian: *Adolf Loos and the Colonial Imaginary*. In: Tom Avermaete / Serhat Karakayali / Marion von Osten (Hg.), *Colonial Modern. Aesthetics of the Past - Rebellions for the Future*, London 2010, S.244-261.

53 Vgl. Parsons 2016, S.59 ff.

54 Loos, Adolf: *Ornament und Verbrechen*. In: Ders., *Sämtliche Schriften*, Bd. 1, Wien / München 1962, S.276-288. Hier: S.277.

ästhetisch verwirklichen müsse. Auch weitaus später noch übten Designer, etwa Bill, Kritik an der »industriellen Ästhetik«, welche sich nach einer »unbekannte[n] Verbraucherschaft« richte, »mit deren ästhetischer Erziehung nicht gerechnet werden darf.«⁵⁵ Ihn graute es vor dem »unkontrollierbaren Geschmack«⁵⁶ des Volkes, er plädierte dafür, dass die Konsumentierenden von den Designerinnen und Designern stilistisch »gebildet« werden.

Vereinheitlichung und Stereotypisierung

Während auf der Seite der professionell Gestaltenden über den Ungeschmack der konsumierenden Masse gejammert wurde, waren auf der anderen Seite nicht weniger Klagen zu vernehmen. Der Philosoph Georg Simmel beschrieb es als »Höllenstrafe«⁵⁷ sich Moden unterwerfen zu müssen und beklagte, dass die nun angebrochene Zeit demnach die Hölle sei. Die »Vielheit der Stile, mit denen die täglich anschaulichen Objekte uns entgegentreten«⁵⁸ erlaube ihm keine Orientierung mehr, weshalb er ihre »verwirrende Mannigfaltigkeit«⁵⁹ ablehne.

Der sich in dieser Klage bereits andeutende Zwang zur Entwicklung eines erlesenen Stils gilt als eine zentrale, klassenübergreifende Selbsttechnik des ausgehenden 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts. Der moderne Individualismus etablierte eine Vorstellung von Leben, dem spezifische Formen der Selbstverwirklichung Sinn verleihen. Es geht um Stilfindung, Selbstverwirklichung, darum herauszufinden, wer man ist, was man will, was zu einem passt und was nicht,⁶⁰ Formen des »self-fashioning«⁶¹ konstituieren Individualität.

Dass sich diese stilorientierten Selbsttechniken in einem Umfeld entwickelten, in dem Konsum gefördert werden soll, ist kein Zufall. Dass sich Individualität über die Entwicklung eines »eigenen Stils« beziehungsweise des »eigenen Typs« konstituiert, steht in enger Korrespondenz mit der vom Konsumgütermarkt angestoßenen Verdinglichung.⁶² Die Einführung von Kollektionen sorgte zusätzlich dafür, dass das Individuum seinen Stil unermüdlich anpassen muss oder die Dinge, mit denen es sich umgibt, seinem bereits gefundenen Stil gemäß aktualisieren muss.

Ein Vorhaben freilich, bei dem das überforderte moderne Individuum auf Beratung angewiesen ist, welche zunehmend Marketingorgane und kommerzielle Magazine bieten.⁶³ *Design Criticism* dient dabei nicht der kritischen Auseinandersetzung, sondern stellt sich in den Dienst des Vertriebs, bejubelt Neuerscheinungen und paraphrasiert Werbetexte von Herstellern.⁶⁴ Das Narrativ der ästhetisch überlegenen Stile findet so in Feuilleton und kommerziellen Publikationsorganen eine Nische, in der es überlebt. Bis heute bergen Stil-Kolumnen die Überzeugung, konzessionierte Kritikerinnen und Kritiker verfügten über die

55 Bill 2008, S. 55.

56 Ebd., S. 9.

57 Zitiert nach van Reijen, Willem: Die authentische Kritik der Moderne, München 1994, S. 94.

58 Simmel, Georg: Philosophische Kultur, Frankfurt am Main 2008, S. 698.

59 Ebd., S. 698.

60 Vgl. Schiller, Hans-Ernst: Das Individuum im Widerspruch. Zur Theoriesgeschichte des modernen Individualismus, Berlin 2006, S. 337 f.

61 Ebd., S. 341.

62 Vgl. ebd.

63 Ebd.

64 Vgl. Twemlow, Alice: Sifting the Trash. A History of Design Criticism, Cambridge 2017, S. 2 f.

Deutungshoheit festzulegen, welche stilistischen Kriterien im Design angewendet werden sollten und welche nicht. Der hegemoniale Charakter vieler Stillehren hat sich also keinesfalls verloren, sondern nur verlagert. Und verselbstständigt – etwa durch bildzentrierte Social-Media wie Instagram.

Die durch all dies angeheizte »ästhetische Ökonomie« übt dabei nicht nur auf Individuen Druck aus, ihr Leben ästhetisch zu inszenieren, sondern entfesselt auch eine »standardisierende Kraft«⁶⁵. Eine globale stilistische Vereinheitlichung beginnt mit großem Tempo voranzuschreiten – passend zu dem dystopischen Slogan »one world one taste«⁶⁶, mit dem Coca Cola um den Jahrtausendwechsel warb.

Doch fungierte Ästhetik nicht nur in der Vergangenheit als »Zivilisationsbescheinigung [bzw. Bescheinigung des Gegenteils]«⁶⁷. Die beschriebene stilistische Vereinheitlichung der Welt ist nur eine Seite der Medaille, auf deren anderer Seite Stereotypisierung steht.⁶⁸ Westliche Stile, das heißt auch westliche Typografien, Icons, Bekleidung, Körpermerkmale, Rituale, Prozesse, Denkweisen et cetera werden weltweit als Standard akzeptiert, nicht-westliche Stile als Abweichung von ihm. Noch immer wird eine irritierende Mehrheit nicht-westlicher Stile als »Ethno-Stil« vereinheitlicht – ungeachtet ihrer diversen Herkunft. Oder es werden »ethnische« Versionen westlicher Stile entworfen, wie es etwa bei der *ethnic typography* der Fall ist.⁶⁹

Ästhetischer Ungehorsam

Untersuchungen aus intersektionaler⁷⁰ sowie dekolonialer Perspektive, die sich der Frage widmen, inwiefern die Stile des Designs Instrument von Ausgrenzung und Manifestierung von Ungleichheit sind, stellen ein Desiderat der Philosophie des Designs dar. Eines, dessen

65 Böhme, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Berlin 2016, S.32. Eine ähnliche Kritik findet sich auch bei dem Philosophen Fritz Haug seit den 1970er Jahren, vgl. Haug, Fritz: *Kritik der Warenästhetik*, Frankfurt am Main, Berlin 1971.

66 Forstner, Martin: *Das Fremde als Problem der intra- und interkulturellen Kommunikation im Zeitalter der Globalisierung - insbesondere in der arabisch-islamischen Welt*. In: Rupert Moser / Peter Rusterholz (Hg.), *Wie verstehen wir Fremdes?*, Bern 2005, S.11-108. Hier: S.71.

67 Sonderegger 2018, S.255.

68 Vgl. Pater, Ruben: *The Politics of Design. A (not so) Global Manual for Visual Communication*, Amsterdam 2019.

69 Ein Beispiel bietet American-Spirit-Tabak, der einen stereotypisierten Indigenen mit Federschmuck auf dem Kopf und einer Pfeife in

der Hand als Logo nutzt. Auch wird hier eine Ethnic Typography verwendet. (Vgl. Pater 2019, S.42)

70 Auch die Verquickung von Stil und Klasse ist es wert, analysiert zu werden. Die London Riots im Jahre 2011 wurden gerade von linken Theoretiker*innen häufig dahingehend interpretiert, dass der Gegenstand von Unruhen nicht das Recht auf Arbeit, Bildung oder faire Entlohnung war, sondern es um Teilhabe an einem Stil ging, der nur mittels Konsum angeeignet werden kann: Bekleidung von Sportmarken, Smartphones etc. (Vgl. Williams, Evan Calder: *Ein offener Brief an alle, die die Plünderungen verdammen*. In: *Wenn die Toten erwachen - Die Riots in England 2011*, Hamburg 2012, S.65 ff., als auch Altenried, Moritz: *Aufstände, Rassismus und die Krise des Kapitalismus - England im Ausnahmezustand*, Münster 2012)

Ergebnisse auch die professionelle Praxis betreffen würden, da die stilistische Privilegierung des Westens vermutlich erst dann ein Ende finden wird, wenn sich die Erkenntnis durchsetzt, dass es keine universelle Ästhetik und aus ihr ableitbare, angemessene Standardstile für Design gibt, die sich auf allgemeingültige Phrasen wie ›less is more‹ reduzieren lassen.

Bei all dem ist es wichtig zu betonen, dass es mir keineswegs um eine kategorische Ablehnung von Ästhetik oder Design als stilbildende Disziplin geht. Auch nicht darum, grundsätzlich zu verneinen, dass Geschmack oder Stil nicht angeboren sind und damit individuell gebildet und geschult werden können. Sondern es geht – auch im Hinblick auf die Designpraxis – darum, eine Designästhetik zu fördern, welche inklusiv und nicht exklusiv ist. Eine, die nicht im Ton des Kanzelpredigers alle herabsetzt, bekehren oder belehren will, die ihr nicht folgen. Was übrigens keine neue Forderung ist – schon Adorno plädierte für eine Ästhetik, die sich nicht anmaßt ›Grundsätze dessen auszuposaunen, was an sich schön, darum auch nicht, was an sich häßlich sei‹⁷¹.

Wie dies mit kritischem Feingefühl geschehen kann, versucht beispielsweise Spivak in ihrer Schrift *An Aesthetic Education in the Era of Globalization* zu illustrieren. Dort fordert sie ein »[p]roductive undoing«⁷² konventioneller ästhetischer Erziehung, um Polaritäten wie »modernity/tradition«⁷³ hinter sich zu lassen. Ein weiteres Beispiel für eine widerständige, inklusive Ästhetik schlägt der argentinische Literaturwissenschaftler Walter Mignolo mit seinem Konzept des epistemischen Ungehorsams vor, aus welchem ein ästhetischer Ungehorsam – im Sinne von »Decolonial Aesthetics«⁷⁴ – abgeleitet werden kann. Dabei geht es, wie Mignolo betonte, keinesfalls darum zu ermitteln »welches Projekt Recht hat«, sondern es gehe vielmehr darum zu verstehen, welche Projekte welche Angebote an wen machen: »Wir müssen uns fragen: Wer braucht sie? Wer profitiert von ihnen?«⁷⁵

3. Gutes Design ist »human-centered«

Als Drittes möchte ich ›human-centeredness‹ als Bewertungskriterium untersuchen, das Schäden maximiert. Etabliert hat sich dieses Kriterium im Rahmen des Human-centered-Designs. Welches, anders als sein Name vermuten lassen könnte, kein humanistisches Designprinzip ist, sondern laut Joseph Giacomin, Direktor des Human-centered Design Institute der Brunel University in London, inzwischen vermehrt als Business-Strategie eingesetzt wird.⁷⁶

71 Adorno 1977, S. 393.

72 Ebd., S. 1.

73 Spivak 2012, S. 2.

74 »Decolonial Aesthetics« betitelte im Jahr 2009 ein Kunstprojekt, das der kolumbianische Kunsttheoretiker Pedro Pablo Gómez gemeinsam mit Walter Mignolo initiierte. Zugleich widmete sich eine Forschungsgruppe mit dem Schwerpunkt »koloniale Moderne / Dekolonialität« dekolonialen Ästhetiken. Vgl. <https://transnationaldecolonialinstitute.wordpress.com/decolonial-aesthetics/> (Abruf: 20.12.2019).

75 Mignolo, Walter D.: Epistemischer Ungehorsam. Rhetorik der Moderne, Logik der Kolonialität und Grammatik der Dekolonialität, Wien / Berlin 2016, S. 63.

76 Vgl. Giacomin, Joseph: What is Human-centered Design? In: *Design Journal* 17 (4) (2014), S. 9.

Entwickelt wurden seine methodischen Grundlagen ursprünglich, um besser verstehen zu können, was Menschen in Interaktionsprozessen wahrnehmen, was sie erfahren, welche Bedeutungen sie dabei kreieren und welche Bedürfnisse darin zum Ausdruck kommen. Genutzt wird Human-centered-Design etwa, um Produkten zu sozialer Akzeptanz oder kommerziellem Erfolg zu verhelfen, aber auch, um die Entwicklung von Markenidentitäten und Geschäftsstrategien voranzutreiben.⁷⁷ Gerade Produkte oder Dienstleistungen, die, so Giacomini, »a new meaning into a person's life«⁷⁸ bringen können, sind dafür prädestiniert, mittels Human-centered-Design wirtschaftlich erfolgreich zu werden – oder Marken strategisch zu positionieren. Die Popularität dieses Ansatzes wurde durch eine Vielzahl von Untersuchungen gesteigert, die seine ökonomische Relevanz bewiesen.⁷⁹

Jedoch wurde der Hype um Human-centeredness im Design auch bereits mehrfach kritisch kommentiert. So bemerkte Donald A. Norman⁸⁰, der selbst eine zentrale Figur bei der Entwicklung dieses Designparadigmas ist, vor über zehn Jahren bereits besorgt, dass es als Gestaltungsansatz eine so dominante Stellung eingenommen habe, dass es unreflektiert und nahezu automatisch von Designern übernommen und angewendet würde. »That's a dangerous state« warnte er, »when things are treated as accepted wisdom«⁸¹.

Profit-centered-Design

Inwiefern aber ist dieser anthropozentrische Ansatz zu kritisieren? Weshalb ist Human-centeredness ein ungenügender Maßstab?

Eine häufig geäußerte Kritik ist, dass es schlichtweg nicht ›human-centered‹ sei, da nicht der Mensch, sondern Profitmaximierung im Zentrum stünden. Der vermeintliche Anthropozentrismus wäre demnach also nur ein Mittel zum Zwecke wirtschaftlichen Wachstums und damit nur ein scheinbarer, der etabliert wurde, um den wahren Fokus zu verschleiern. Aus dieser radikal konsum- oder kapitalismuskritischen Perspektive betrachtet werden Menschen nur in das Zentrum von Design gestellt, um ihre Markenbindung zu intensivieren, ihnen Begehrenisse⁸² einzupflanzen, sie von Technologie abhängig zu machen

77 Der Standard ISO 9241-210 »Ergonomics of human-centered system interaction«, definiert Human-centered Design als »approach to systems design and development that aims to make interactive systems more usable by focusing on the use of the system and applying human factors/ergonomics and usability knowledge and techniques«. (Vgl. Giacomini 2014, S.2)

78 Vgl. Giacomini 2014, S.6.

79 So lautet das Studienergebnis der MIT Business School, dass 70% bis 80% der gescheiterten Neuproduktentwicklungen nicht aufgrund mangelhafter Technologie abgestorben würden, sondern weil es nicht gelungen sei, sie den Bedürfnissen

der Benutzer entsprechend zu platzieren. Vgl. Giacomini 2014, S.9.

80 Vgl. eines der Standardwerke des Human- und User-Interface-Design: Norman, Donald A.: *The Psychology of Everyday Things*, Cambridge 1988 sowie die überarbeitete Neuauflage: Ders.: *The Design of Everyday Things*, Cambridge 2013.

81 Donald A. Norman: »Human-Centered Design Considered Harmful«. In: *interactions* Juli / August (2005), S.14-19. Hier: S.14.

82 Der Begriff ist Böhme entlehnt. Er definiert »Begehrenisse« in Abgrenzung zu Bedürfnissen als ein Verlangen, das nicht befriedigt, sondern gesteigert wird, indem man ihm entspricht, und das darüber hinaus

oder sie mit Hilfe dieser auszuspionieren. Dem entspricht auch die Kritik, dass Human-centered-Design, wie es an Hochschulen gelehrt und in der Praxis angewendet wird, im Grunde nichts als ein Hilfsmittel des Kapitalismus sei, um Bedürfnisse zu produzieren und aus Menschen Nutzer zu formen.⁸³ Und auch wenn Giacomini behauptet, dass es im Human-centered-Design nicht darum gehe *Usern* Präferenzen zu diktieren, räumt er doch ein, dass das Ziel sei, im Sinne der Auftraggeber den Willen von Menschen anzuregen, ihn zu vermitteln oder übersetzen.

In der Technikphilosophie werden solche Strategien zur ›Akzeptanzbeschaffung‹ kritisch diskutiert. Dort gelten sie als Formen der »Überredung« beziehungsweise »Verhaltenssteuerung«⁸⁴, die besonders aus ethischer Sicht problematisch sind. Schließlich sollte es nicht darum gehen »Akzeptanz für bestimmte Techniken zu fördern«, sondern vielmehr »Kriterien zu finden, die eine nachvollziehbare Bewertung der Akzeptabilität ermöglichen.«⁸⁵ Die Entwicklung solcher ethischer Kriterien stellt jedoch eine große Herausforderung dar, da sie mit der Realität der Designpraxis oft kaum vereinbar sind. Aufgrund ihres Betätigungsfeldes – und der Angewiesenheit auf Geldgeber – ist die Mehrheit der Designpraxis Wirtschaftsmodellen verpflichtet, die Menschen primär als konsumierende Wesen definieren und im Auftrag kapitalistischer Interessen agieren.⁸⁶ Hinzu kommt, dass der *Solutionism* des Designs dazu tendiert, systemische Probleme als Aufgaben zu betrachten, die mittels Design gelöst werden können. So scheint es manchmal kaum in der Lage zu begreifen, dass einige Probleme eher »complex and systemic issues«⁸⁷ sind als herausfordernde Designaufgaben.

Posthuman-centered-Design

Aus einer anderen, nämlich post-humanistischen Perspektive, kritisiert die Designforscherin Laura Forlano anthropozentrisches Design. Sie begründet ihre Kritik damit, dass das System, in dem der Mensch navigiert, längst ein Netz mit zahlreichen nicht-humanen Akteuren sei, welche ebenfalls im Design berücksichtigt werden müssen.⁸⁸

Im Sinne post-humanistischer Philosophie ist sie der Auffassung, dass sich die Grenze zwischen Natur und Kultur, zwischen Humanem und Nicht-Humanem, zwischen Tier,

nicht der Lebenserhaltung, sondern einer »Lebenssteigerung« dient bzw. der Realisierung eines sozialen Status. (Vgl. Böhme 2016, 37 f.)

83 Wendt, Thomas: Decentering Design or a Critique of Human Centered Design, Präsentation von 2017. <https://de.slideshare.net/Thomas-MWendt/critique-of-human-centered-design-or-decentering-design> (Abruf: 20.08.2019).

84 Kornwachs, Klaus: Philosophie der Technik, München 2013, S.101.

85 Ebd.

86 Vgl. Forlano, Laura: Posthumanism and Design. In: she ji. The Journal

of Design, Economics, and Innovation. Vol.3, Nr. 1 (2017), S.16-29. Hier: S.17 f.

87 Wendt 2017, Folie 39.

88 Als Beispiel für diese Akteure nennt die Autorin Flüsse in Neuseeland, denen der gleiche Rechtsstatus wie Menschen zugesprochen wurde, den Hühnerfleischproduzenten Perdu Chicken, der angeblich untersucht, wie Hühner denken, sowie die Roboter Apollo Cluster und Daria XR-1029, die im Jahr 2010 Partner bei der Rechtsfirma Robot, Robot & Hwang wurden. (Vgl. Forlano 2017, S.17)

Maschine und Technologie, welche die Aufklärung im Westen gezogen habe, zukünftig auflösen wird. Die etablierte, althergebrachte Ordnung, in welcher der Mensch allen Dingen übergeordnet schien, kann nicht länger Orientierung bieten – was epistemologische, ontologische und ethische Fragen aufwirft. Und bedeutet, dass im Design Anpassungen vorgenommen werden müssen, welche die neuen Umstände berücksichtigen.⁸⁹ Ganz ähnliche Gedanken finden sich bei Theoretiker*innen, die sich für ein Design aussprechen, das nicht mehr einem anthropozentrischen Universum, sondern einem Pluriversum⁹⁰ mit einer Vielzahl menschlicher und nicht-menschlicher Akteure gerecht werden soll.

Nicht verschwiegen werden sollte im Zuge dessen aber auch, dass insbesondere aus den *Critical Race Studies* Kritik an posthumanistischen Ansätzen geübt wird, die sich für ein *Decentering* des Menschen aussprechen. Wie auch Forlano im Hinblick auf diese Kritik einräumt, hat sich gerade im Design eine universelle Vorstellung von ›Mensch‹ eingeschlichen.⁹¹ Ihr folgend ist der Mensch *weiß*, männlich, gut situiert und jung – so, wie er global in der Minderheit existiert. Diese exklusive Konstruktion von ›Mensch‹ spiegle sich auch im Human-centered-Design wieder. Zwar beanspruche es im Sinne sämtlicher *User* zu operieren, habe jedoch nie ein ausreichendes Bewusstsein für Intersektionalität entwickelt. Obwohl es anthropologische Methoden integriert habe, übersteige die Lebensrealität vieler *User* schlichtweg den Vorstellungshorizont von Designer*innen. Würden sie jetzt zugunsten nicht-humaner Akteure in den Hintergrund treten, würden marginalisierte und subalterne Menschen zuerst von westlichen, und anschließend von post-humanen Akteuren in den Hintergrund gedrängt werden.⁹² Es ist aus dieser Perspektive also nur der *weiße* Mensch, der das Zentrum der Aufmerksamkeit endlich zugunsten anderer freigeben muss.

Klimazentriertes Design

Ein weiteres Argument für ein *Decentering* des Menschen im Design, ist der Klimawandel. Die hohen Kohlendioxidemissionen – gepaart mit dem Ausstoß weiterer Treibhausgase – haben die Erdatmosphäre verändert und eine Ära klimatischer Instabilität eingeleitet, die länger als Atommüll existieren wird.⁹³ Die sich vom Westen aus global verbreitende Lebensweise und die dafür benötigten Technologien tragen zu einem Massenaussterben bei, dessen Ausmaß sich der Vorstellbarkeit derart entzieht, dass die Objektorientierte Ontologie den Klimawandel als Beispiel für eine neue Objektkategorie nutzt: die der Hyper-Objekte,

89 Ebd.

90 Vgl. Escobar, Arturo: *Designs for the Pluriverse. Radical Interdependency, Autonomy, and the Making of Worlds*, Durham / London 2018. Auch Mignolo, der mit Escobar gemeinsam arbeitete, spricht sich für ein plurales Denken aus. Ihm geht es dabei in erster Linie darum »die ›Monokultur des Denkens‹«, d. h. »die Totalität der großen Erzählungen der okzidentalen Zivilisation« zugunsten eines Dekolonialisierungsprozesses aufzubrechen,

welcher in »eine transmoderne, globale und vielfältige Welt« führt. (Mignolo 2016, S.67 f.)

91 Vgl. Forlano 2017, S.27.

92 Ebd.

93 Hamilton, Clive: *Utopias in the Anthropocene. Plenary Session of the American Sociological Association*, Denver, 17 August 2001, S.4. Er verweist ebd. auf William Burroughs: *Climate Change in Prehistory*, Cambridge 2005, S.241.

deren Ausdehnung in Zeit und Raum so groß ist, dass etablierte Objektkategorien sie kaum fassen können.⁹⁴ Der Mensch und die Konsequenzen seines Handelns sind so dominant geworden, dass er sich selbst zum Namensgeber der gegenwärtigen geologischen Epoche machte, dem Anthropozän.⁹⁵

Wobei es auch Gründe gibt, die anthropozentrische Perspektiven auf die menschliche Umgestaltung und Zerstörung des Planeten zu verweigern. Forlano etwa weist darauf hin, dass das Anthropozän keinesfalls Ergebnis der ›Menschheit‹ sei, sondern einer menschlichen Minderheit im Kapitalismus. Der Begriff gibt fälschlicherweise vor, es gäbe einen anthropos, diese Spezies, die den Planeten und seine Ressourcen quasi instinktiv erobern, ausbeuten und zerstören würde: »Anthropocene man becomes capitalist man, patriarchal man, corporate man, colonizing man, or the man of the nuclear age.«⁹⁶ Doch nicht der universelle *anthropos* sei ursächlich für den Zustand des Planeten, sondern der Mensch im Kolonialismus, im Patriarchat, im Kapitalismus. Und die Erde befindet sich demnach nicht im Anthropozän, sondern zum Beispiel im Kapitalozän,⁹⁷ dem Zeitalter, in dem der Kapitalismus die Erde unwiderruflich geologisch verändert und die Klimakatastrophe eingeleitet hat. Dennoch hofften manche, etwa der Soziologe Ulrich Beck, dass die Klimakatastrophe letztlich eine ›Chance‹ sei, die sogenannte ›industrielle Moderne‹ einer fundamentalen Kritik zu unterziehen und sich einem Prozess gesellschaftlicher Selbsttransformation zu öffnen.⁹⁸ Doch zurecht wird diese Perspektive, in welcher der Mensch als Gewinner aus dem ungleichen Kampf mit dem Planeten herausgeht, harsch kritisiert.⁹⁹ Angemessener scheinen Bedenken angesichts der Beschränktheit von Human-centered-Design in Zeiten ökologischer Krise. »Human-centred design (HCD) is just that: human-centered« bilanzieren einige Forscher aus dem Designfeld: »As we approach the limits of earth's biophysical systems, it no longer feels appropriate to place humans at the center of design decisions.«¹⁰⁰

Wie problematisch ist die einseitige Ausrichtung und damit einhergehende Leerstellen der *human-centered approaches*? Sollte Menschenzentriertheit als Gestaltungskriterium ad acta gelegt werden? Gibt es Korrekturvorschläge? Auf diese Fragen kann keine abschließende oder erschöpfende Antwort gegeben werden. Aber es gibt einige interessante

94 Vgl. Morton, Timothy: *Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World*, Minneapolis 2013.

95 Vgl. hierzu Crutzen, Paul J.: *Die Geologie der Menschheit*. In: Ders. (Hg.), *Das Raumschiff Erde hat keinen Notausgang*, Berlin 2011, S. 7-10.

96 Colebrook 2016, S. 84.

97 Der Begriff ›Kapitalozän‹ wurde im Jahr 2009 von Andreas Malm entwickelt, der damals noch Doktorand von Jason W. Moore war. Moore übernahm den Begriff für sein eigenes Werk und stellte ihn im Jahr 2014 Donna Haraway vor. (Vgl. Haraway,

Donna: *Anthropocene, Capitalocene, Plantationocene, Chthulucene: Making Kin*. In: *Environmental Humanities*, 6 (2015), S. 159-165. Hier: S. 163, FN 6)

98 Hamilton 2012, S. 8.

99 Vgl. Mc Whirter, Joshua: *Stop Seeing Climate Change as an ›Opportunity‹ for Architecture*. In: *Failed Architecture* (2020).

100 Bates, Oliver / Remy, Christian / Thomas, Vanessa: *The Limits of HCD. Reimagining the Anthropocentricity of ISO 9241-210*. In: *LIMITS'17*, June 22-24 (2017), Santa Barbara, S. 85-92. Hier: S. 85.

(theoretische) Korrekturvorschläge, von denen ich zwei nennen möchte. Der Designwissenschaftler Richard Buchanan schlug zum Beispiel schon vor fast zwanzig Jahren vor, Human-centered-Design zu einem Designprinzip zu machen, welches auf die Stärkung von Menschenwürde und Menschenrechten abziele, statt auf die Stärkung von Konsum und Markenbindung.¹⁰¹ Als Agent*innen der Menschenwürde bestünde die Aufgabe von Designer*innen darin, unter den jeweiligen wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Umständen die Rechte von Menschen zu stärken. »It is true that usability plays an important role in human-centered design« schreibt er, »but the principles that guide our work are not exhausted when we have finished our [...] studies of what fits the human body and mind.«¹⁰² Es werden jedoch auch Möglichkeiten diskutiert, den bestehende Ansatz zu korrigieren. So existieren gerade in praxisnahen Diskursen unter dem Schlagwort Humanity-centered-Design Vorschläge, nicht länger ›den Menschen‹, sondern ›die Menschheit‹ in den Fokus zu rücken.¹⁰³

4. Fazit: Zur Krieriologie des Designs

Wie die drei vorangegangenen Beispiele gezeigt haben, neigt die Berufung auf Bewertungskriterien für Design zur Ausschließlichkeit. Ein Kriterium wird zum Kernprinzip erhoben und andere relevante Kriterien werden vernachlässigt.

Doch warum wird die Komplexität ausgeblendet, die berücksichtigt werden müsste, um Kriterien sinnvoll zum Maßstab zu machen? Weshalb werden Kriterien trotz begrenzter Anwendungsbereiche universalisiert? Ich möchte hierfür abschließend ein paar mögliche Gründe zur Diskussion stellen.

Erstens scheint es an Bewusstsein für den irrationalen und ideologischen Gehalt vieler Designprinzipien zu mangeln, welche die Diskursmacht haben, Kriterien zu etablieren. Nur die Einsicht, dass Design, wie Fallan es pointiert formulierte, eine »co-production of ideology and practice«¹⁰⁴ ist, die unentwegt Vorstellungen von gutem Design mitsamt korrespondierenden Kriterien produziert und naturalisiert, könnte dies ändern.¹⁰⁵

101 Gehalten wurde der Vortrag im Rahmen des Design Education Forum of Southern Africa in Cape Town, 2000. Vortragender war Bildungsminister Dr. Kadir Asmal, der über Bedeutung und Möglichkeiten von Design in Südafrika im Hinblick auf die kulturellen Werte und politischen Prinzipien sprach, die in der neuen südafrikanischen Verfassung verankert sind. (Vgl. Buchanan, Richard: Human Dignity and Human Rights: Thoughts on the Principles of Human-Centered Design. In: Design Issues 17, 3 (2001), S.35-39. Hier: S.35 ff.)

102 Buchanan 2001, S.37.

103 Vgl. u.a. Donello, Federico: It's time for a Humanity-Centered Design. A New Approach to Create Technology for our Society, 2016, als auch Girling, Rob / Palaveeva, Emilia: Beyond The Cult of Human-Centered Design, 2017.

104 Ebd, S.118.

105 Diese zu hinterfragen und den Prozess der Naturalisierung ggf. zu stören, halte ich für die Aufgabe philosophischer Designkritik bzw. (selbst)kritischer Designpraxis.

Allerdings sollten Kriterien für ›gutes Design‹ nicht nur aufgrund ihres möglichen irrationalen oder ideologischen Gehaltes mit Vorsicht gehandhabt werden. Auch ihre wesentliche Defizitarität ist Grund dafür, dass sie in Theorie, Lehre und Praxis nicht unreflektiert vermittelt bzw. als objektive Maßstäbe angewandt werden können.

Denn einzelne Kriterien suggerieren bloß, jederzeit verfügbare, objektive Beurteilungsmaßstäbe zu sein, mit denen dafür gebürgt werden kann, dass nicht subjektive Willkür das Beurteilungsinstrument ist.¹⁰⁶

Ihrem Wesen nach sind Kriterien ein Maßstab, welcher der Beurteilung der Richtigkeit oder Angemessenheit von Dingen oder Handlungen dient.¹⁰⁷ Aber nach welchen Kriterien beurteilt das Kriterium diese Richtigkeit? Indem es sich selbst als Maßstab nutzt.¹⁰⁸ Was zweifellos ungenügend ist. Besonders in Anbetracht der Tatsache, dass Kriterien im Design formuliert werden, um über objektive und nachvollziehbare Bewertungsmaßstäbe zu verfügen.

Damit Kriterien tatsächlich solch eine objektive »Begründungsinstanz«¹⁰⁹ sein könnten, müssten sie sich direkt anwenden lassen. Das heißt, ohne für ihre Anwendung weiterer Kriterien zu bedürfen, welche die Angemessenheit ihrer Anwendung beurteilen.¹¹⁰ Was unmöglich ist – es lassen sich schlichtweg keine Kriterien finden, ohne dafür weitere Kriterien zu Hilfe zu nehmen. Ebenso, wie es unmöglich ist, die Kriterien populärer Designparadigmen einer Kritik zu unterziehen, ohne dafür weitere Kriterien zu nutzen. Die einzige Möglichkeit ist also eine permanente Metakritik der Kriterien, deren Kriterien dementsprechend auch wieder kritisiert werden müssen.

Als einen weiteren möglichen Grund dafür, dass Bewertungskriterien den Schaden maximieren, möchte ich die Komplexität des Systems anführen, in dem es wirkt. Denn oft scheint es, dass die Kriterien dem, was sie beurteilen sollen, nicht gerecht werden können, da es zu komplex ist. Die Hilflosigkeit, mit der nicht nur Disziplinen wie Design der Klimakatastrophe begegnen, bietet ein Beispiel für das Unvermögen auf Ereignisse adäquat zu reagieren, das womöglich der Komplexität des Problems geschuldet ist.¹¹¹

Ganz so, wie Böhme einmal über das Wirtschaftsleben bemerkte, dass es so komplex sei, dass wir niemals das Ganze, sondern immer nur Aspekte in den Blick nehmen können, verhält es sich hier mit dem Handlungsfeld.¹¹² Wobei es verständlich ist, wenn die Komplexität des Wirkungsfeldes von Design kaum fassbar scheint – schließlich ist doch Komplexität selbst kaum fassbar, wie der Systemtheoretiker Niklas Luhmann illustriert. Er schreibt, dass sie lang als »Einheit des Mannigfaltigen«, eine Art »Einheit des Komplexen«¹¹³ galt, welche durch die Schwierigkeit gekennzeichnet schien, nicht vom Ganzen auf Teile schlie-

106 Vgl. Birnbacher, Dieter: Die Logik der Kriterien. Analyse zur Spätphilosophie Wittgensteins, Hamburg 1974, S. 1.

107 Vgl. ebd.

108 Vgl. ebd., S. 8.

109 Ebd.

110 Vgl. ebd., 10.

111 Vgl. Willis, Anne-Marie: Designing After the End. Introduction. In: Ders. (Hg.), The Design Philosophy Reader. London / New York 2019, S. 251-253.

112 Vgl. Böhme 2016, S. 7.

113 Luhmann, Niklas: Komplexität. In: Joachim Ritter (Hg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Basel 1998, S. 939-941. Hier: S. 940.

Ben zu können und umgekehrt.¹¹⁴ Doch legten schließlich diese und andere Schwierigkeiten es nahe, so Luhmann weiter, dass Komplexität keinesfalls »die Einheit und Gesamtheit des Mannigfaltigen« sei, »sondern dessen Relation auf anderes, und zwar eine Relation, die Mannigfaltiges als Einheit nimmt.«¹¹⁵

Als letzte Ursache dafür, dass Kriterien Schäden maximieren können, möchte ich Verwirrung hinsichtlich ihrer Relationalität nennen.¹¹⁶ Mit ›Relationalität‹ meine ich den Bezug des Kriteriums, in dem es grundsätzlich und nachvollziehbar stehen muss.¹¹⁷ Ist dies nicht der Fall, bleibt unklar, worauf es sich bezieht, also was das Kriterium genau beurteilt.

Bei Kriterien für ›gutes Design‹ scheint dies mitunter der Fall zu sein, da sich zahlreiche Missverständnisse hinsichtlich der Frage finden, was sie beurteilen. Insbesondere, ob es *Kriterien zur Beurteilung der Zwecke von Design* sind, oder ob es *Kriterien zur Beurteilung der Mittel von Design* sind.¹¹⁸ So erklärt der Wunsch nach Markenbindung von Konsument*innen und Profitsteigerung den Einsatz von Human-centered-Design als Mittel, seine Zwecke kann dies unter anderen Gesichtspunkten – etwa moralischen – nicht unbedingt rechtfertigen.

Eine genau diesen Themenkreis betreffende Diskussion wurde auch schon in der Technikphilosophie geführt, nachdem C. F. von Weizsäcker Technik als Mittel für freigehaltene Zwecke gedeutet hatte.¹¹⁹ Was darauf hinweist, dass Technik in zwei verschiedenen Hinsichten kritisiert werden kann: Erstens, weil die verwendeten Mittel nicht für die Zwecke geeignet sind, und zweitens, weil die Zwecke an sich zu kritisieren sind.¹²⁰

Dass viele Kriterien für ›gutes Design‹ Kriterien der Mittel, nicht der Zwecke sind, könnte daran liegen, dass sie designintern, aus der Binnenperspektive professioneller Designpraxis entwickelt wurden und primär beurteilen sollen, ob ein dem Auftrag entsprechendes Design realisiert wurde. Doch dass ein Auftrag im Sinne von Auftraggebern erfüllt wurde, heißt nicht, dass das dabei entstandene Design unter anderen Gesichtspunkten ebenfalls als gut zu bewerten ist. Soll die Kriteriologie des Designs also nicht nur der des Kapitalismus, Auftraggebern oder bestimmten Ideologien entsprechen, muss sie aus anderer, zum Beispiel philosophischer Perspektive, kritisiert werden. Und das heißt, dass Kriterien für ›gutes Design‹ nicht allein aus der Perspektive von Designparadigmen oder der Designpraxis betrachtet werden sollten.

114 Vgl. Luhmann 1998, S.940. Er weist an dieser Stelle auf Simon, Herbert: *The architecture of complexity. General Systems*. In: *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 106, No. 6. (Dec. 12, 1962), S.467-482.

115 Luhmann 1998, S.940.

116 Den Begriff der Kriteriologie habe ich Jacques Derridas entlehnt. (Vgl. Derrida, Jacques: *Gesetzeskraft. Der ›mystische Grund der Autorität‹*, Frankfurt am Main 1991, S.71)

117 Birnbacher, Dieter: *Die Logik der*

Kriterien. Analyse zur Spätphilosophie Wittgensteins, Hamburg 1974, S.7.

118 Walter Benjamin verwies in seiner *Schrift zur Gewalt* bereits darauf, dass sich die Kriterien einer Sache als Zweck, von den Kriterien einer Sache als Mittel unterscheiden müssen. (Vgl. Benjamin, Walter: *Zur Kritik der Gewalt*. In: Ders., *Gesammelte Schriften II.I*, Frankfurt am Main 1977, S.75-87. Hier: S.180)

119 Vgl. Kornwachs, Klaus: *Philosophie der Technik*, München 2013, S.85.

120 Ebd., S.88

Literatur

- Adorno, Theodor W.: Funktionalismus heute. In: Ders., *Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft I/II*, Frankfurt am Main 1977, S.375-395.
- Altenried, Moritz: *Aufstände, Rassismus und die Krise des Kapitalismus - England im Ausnahmezustand*, Münster 2012.
- Bates, Oliver / Remy, Christian / Thomas, Vanessa: *The Limits of HCD. Reimagining the Anthropocentricity of ISO 9241-210*. In: *Limits'17* (2017), S.85-92.
- Beck, Ulrich: *Climate for Change, or How to Create a Green Modernity?* In: *Theory, Culture & Society* 27 (2010), S.254-266.
- Benjamin, Walter: *Zur Kritik der Gewalt*. In: Ders., *Gesammelte Schriften II.I*, Frankfurt am Main 1977, S.75-87.
- Bill, Max: *Funktion und Funktionalismus*. Schriften: 1945-1988, Bern 2008.
- Bill, Max: *warum bauen architekten auch möbel?*. In: Thomas Buchsteiner / Otto Letze (Hg.), *max bill, maler, bildhauer, architekt, designer*, Ostfildern-Ruit 2005, S.98-101.
- Birnbacher, Dieter: *Die Logik der Kriterien. Analyse zur Spätphilosophie Wittgensteins*, Hamburg 1974.
- Böhme, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Berlin 2016.
- Burroughs, William: *Climate Change in Prehistory*, Cambridge 2005.
- Breuer, Gerda: *Universalistische Erneuerung im Dienste des Verzichts*. In: Ulrich Conrads / Peter Neitzke (Hg.), *Ästhetik der schönen Genügsamkeit oder Arts&Crafts als Lebensform*, Braunschweig / Wiesbaden 1998, S.9-60.
- Buchanan, Richard: *Human Dignity and Human Rights: Thoughts on the Principles of Human-Centered Design*. In: *Design Issues* Vol.17, Nr. 3 (2001), S.35-39.
- Buckley, Cheryl: *Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design*. In: Victor Margolin (Hg.), *Design Discourse. History, Theory, Criticism*, Chicago 1989, S.251-264.
- Bürdek, Bernhard E.: *Vom Mythos des Funktionalismus*. In: Ders. (Hg.), *Vom Mythos des Funktionalismus*, Köln 1997, S.7-16.
- Colebrook, Claire: *What is the Anthro-Political?* In: Dies. / Tim Cohen / J. Hillis Miller (Hg.), *Twilight of the Anthropocene Idol*, London 2016, S.81-125.
- Crutzen, Paul J.: *Die Geologie der Menschheit*. In: Ders. (Hg.), *Das Raumschiff Erde hat keinen Notausgang*, Berlin 2011, S.7-10.
- Derrida, Jacques: *Gesetzeskraft. Der >mystische Grund der Autorität<*, Frankfurt am Main 1991.
- Norman, Don / Tognazzini, Bruce: *How Apple is Giving Design a Bad Name*. In: *Fast Company* vom 11.10.2015.
- Donello, Federico: *It's time for a Humanity-Centered Design. A new approach to create technology for our society*. <https://medium.com/@fdonelli/its-time-for-a-humanity-centered-design-59f9fa551d8e> (Abruf: 02.01.2020).

Dorschel, Andreas: Gestaltung. Zur Ästhetik des Brauchbaren, Heidelberg 2003.

Eyal, Nir: Hooked: How to Build Habit-Forming Products, New York 2014.

Esslinger, Hartmut: Genial Einfach: Die frühen Design-Jahre von Apple, Stuttgart 2014.

Fallan, Kjetil: Design History. Understanding Theory and Method, London / New York 2010.

Flusser, Vilém: Der Krieg und der Stand der Dinge. In: Ders., Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design, Göttingen 1993a, S.35-39.

Flusser, Vilém: Ethik im Industriedesign? In: Ders., Vom Stand der Dinge. Eine kleine Philosophie des Design, Göttingen 1993b, S.28-31.

Forlano, Laura: Posthumanism and Design. In: she ji. The Journal of Design, Economics, and Innovation Vol. 3, Nr. 1 (2017), S.16-29.

Forstner, Martin: Das Fremde als Problem der intra- und interkulturellen Kommunikation im Zeitalter der Globalisierung - insbesondere in der arabisch-islamischen Welt. In: Rupert Moser / Peter Rusterholz (Hg.), Wie verstehen wir Fremdes?, Bern 2005, S.11-108.

Frye, Annika: Design und Improvisation: Produkte, Prozesse und Methoden, Bielefeld 2017.

Geiger, Annette: >Form follows function< als biozentristische Metapher. In: Dies. / Stefanie Hennecke / Christin Kempf (Hg.), Spielarten des organisatorischen in Architektur, Design und Kunst, Berlin 2005, S.51-67.

Giacomin, Joseph: What is Human-centered Design? In: Design Journal 17 (2014), S.606-623.

Gikandi, Simon: Slavery and the Culture of Taste, Princeton / Oxford 2011.

Girling, Rob / Palaveeva, Emilia: »Beyond The Cult of Human-Centered Design«. <https://www.fast-company.com/90149212/beyond-the-cult-of-human-centered-design> (Abruf: 30.09.2019).

Hall, Stuart: The West and the Rest: Discourse and Power. In: Ders. / Bram Gieben (Hg.), Formations of Modernity, Cambridge 1992, S.275-331.

Hamilton, Clive: Utopias in the Anthropocene. Plenary session of the American Sociological Association, Denver 2012.

Haraway, Donna: Anthropocene, Capitalocene, Plantationocene, Chthulucene: Making Kin. In: Environmental Humanities 6 (2015), S.159-165.

de Jong, Cees W. (Hg.): Zehn Thesen für gutes Design: Dieter Rams, München 2017.

Kant, Immanuel: Kritik der Urteilskraft, Werkausgabe hg. von Wilhelm Weischedel, Frankfurt am Main 1974.

Klemp, Klaus / Ueki-Polet, Keiko (Hg.), Less is more. The Design Ethos of Dieter Rams, Berlin 2009.

Kornwachs, Klaus: Philosophie der Technik, München 2013.

Kravagna, Christian: Adolf Loos and the Colonial Imaginary. In: Tom Avermaete / Serhat Karakayali / Marion von Osten (Hg.), Colonial Modern. Aesthetics of the Past - Rebellions for the Future, London 2010, S.244-261.

- Loos, Adolf: Ornament und Verbrechen. In: Ders., Sämtliche Schriften, hg. von Franz Glück, Wien / München 1962, S.276-288.
- Luhmann, Niklas: Komplexität. In: Joachim Ritter (Hg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Basel 1998, S.939-941.
- Mareis, Claudia: Design als Wissenskultur. Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen seit 1960, Bielefeld 2011.
- Mignolo, Walter D.: Epistemischer Ungehorsam. Rhetorik der Moderne, Logik der Kolonialität und Grammatik der Dekolonialität, Wien / Berlin 2016.
- Morton, Timothy: Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World, Minneapolis 2013.
- Norman, Donald A.: Human-Centered Design Considered Harmful. In: interactions Juli / August (2005), S.14-19.
- Norman, Donald A.: The Psychology of Everyday Things, Cambridge 1988.
- Parsons, Glenn: The Philosophy of Design, Cambridge 2016.
- Pater, Ruben: The Politics of Design. A (not so) Global Manual for Visual Communication, Amsterdam 2019.
- Posener, Julius (Hg.), Anfänge des Funktionalismus: Von Arts and Crafts zum Deutschen Werkbund, Frankfurt am Main / Berlin 1964.
- Rams, Dieter: Weniger, aber besser. Less but better, Hg. von Jo Klatt, Berlin 2014.
- van Reijen, Willem: Die authentische Kritik der Moderne, München 1994.
- Röttgers, Kurt: Kritik und Praxis, Berlin / New York 1975.
- Schiller, Hans-Ernst: Das Individuum im Widerspruch. Zur Theoriegeschichte des modernen Individualismus, Berlin 2006.
- Selle, Gert: Geschichte des Design in Deutschland, Frankfurt / New York 2007.
- Semper, Gottfried: Wissenschaft, Industrie und Kunst. Und andere Schriften über Architektur, Kunsthandwerk und Kunstunterricht, Mainz 1966, S.27-71.
- Simmel, Georg: Philosophische Kultur, Frankfurt am Main, 2008.
- Simon, Herbert: The architecture of complexity. General Systems. In: Proceedings of the American Philosophical Society Vol. 106, Nr. 6. (1962), S.467-482.
- Sonderegger, Ruth: Fragen zur Kolonialität der europäischen Ästhetik. In: Eva Knopf / Sophie Lembcke / Mara Recklies (Hg.), Archive dekolonialisieren. Mediale und epistemische Transformationen in Kunst, Design und Film, Bielefeld 2018. S.251-258.
- Spivak, Gayatri Chakravorty: Introduction. In: Dies., Aesthetic Education in the Era of Globalization, Harvard 2012, S.1-35.
- Tlostanova, Madina 2017: On Decolonizing Design. In: Design Philosophy Papers, März (2017), S.51-61.
- Tunstall, Elizabeth (Dori): Decolonizing Design Innovation: Design Anthropology, Critical Anthropology, and Indigenous Knowledge. In: Wendy Gunn / Otto Ton / Rachel Charlotte Smith (Hg.), Design Anthropology: Theory and Practice, New York 2013, 232-250.

Twemlow, Alice: Sifting the Trash. A History of Design Criticism, Cambridge 2017.

Walker, John A.: Designgeschichte, München 1992.

Wendt, Thomas: Decentering Design OR a Critique of Human Centered Design, Präsentation von März 2017, <https://www.slideshare.net/ThomasMWendt/decentering-design-or-a-critique-of-human-centered-design> (Abruf: 22.03.2020).

Mc Whirter, Joshua: Stop Seeing Climate Change as an >Opportunity< for Architecture. In: Failed Architecture, <https://failedarchitecture.com/stop-seeing-climate-change-as-an-opportunity-for-architecture/> (Abruf: 02.01.2020).

Williams, Evan Calder: Ein offener Brief an alle, die die Plünderungen verdammen. In: North London Solidarity Federation (Hg.), Wenn die Toten erwachen - Die Riots in England 2011, Hamburg 2012.

Willis, Anne-Marie: Designing After the End. Introduction. In: Dies. (Hg.), The Design Philosophy Reader, London / New York 2019, S.251-253.

Willis, Anne-Marie: Introduction. In: Dies. (Hg.), The Design Philosophy Reader, London / New York 2019, S.1-8.

LEONIE WENDEL

Wie wollen wir eigentlich leben?

**Der Umgang der Stadtplanung mit
einer komplexen Frage**

Wohnst du noch oder lebst du schon?¹ lautet der bekannte Slogan eines großen schwedischen Möbelhauses. Mit dieser fast schon philosophischen Frage wollten die Werbefachleute zeigen, »dass ein Zuhause weit mehr als eine Wohnung ist. Es ist ein Ort zum Wohlfühlen für die ganze Familie, zum Freunde treffen, Spielen, Toben – Leben eben«². Die Frage lässt sich mit derselben Berechtigung nicht nur für den privaten Wohnraum, sondern auch für den öffentlichen Raum und die Stadt als Ganzes stellen: Im Wohnzimmer geht es nicht nur darum, dass es eine Sitzgelegenheit mit einem Tisch und einer Lampe gibt. Es geht um einen Ort, an dem man es sich an einem verregneten Sonntag mit einer Tasse Tee und einem guten Buch bequem machen kann. Ebenso geht es auf einem öffentlichen Platz nicht nur darum, dass es eine offene Freifläche mit Aufenthaltsmöglichkeiten und Beleuchtung gibt. Es geht um – ja, worum geht es eigentlich? Um einen Ort, an dem man sein Auto abstellt und einkauft? Einen Ort, an dem man an einem sonnigen Nachmittag gemütlich einen Kaffee trinkt? Einen Ort, an dem lachende Kinder nach der Schule Ball spielen? Wenn das Ergebnis der Stadtplanung eine Stadt sein soll, in der Menschen nicht nur wohnen und arbeiten, sondern auch leben wollen, muss sie sich also die Frage stellen: Wie wollen die Menschen in dieser Stadt, in diesem Viertel, dieser Straße, an diesem Platz eigentlich leben? Es liegt auf der Hand, dass die Frage schon bei der Wohnzimmergestaltung einer Familie schwierig ist (Lesecke? Spielwiese? Kinosaal?). In einem städtischen Kontext wird sie jedoch extrem komplex. Denn hier treffen unzählige und höchst unterschiedliche Bedürfnisse und Interessen, Vorlieben und Abneigungen, Überzeugungen und Wünsche, Träume und Vorstellungen aufeinander.

Nun sollten sowohl das Wohnzimmer als auch die Stadt in irgendeiner Form gestaltet werden. Doch von wem? Im Wohnzimmer übernimmt vielleicht ein Elternteil die Regie und bestimmt: Eine Lesecke wird dem persönlichen Bildungsanspruch an die Kinder gerecht, ein Kinosaal nicht. In egalitärer organisierten Wohnverhältnissen, zum Beispiel Wohngemeinschaften, läuft der Entscheidungsprozess der Wohnzimmergestaltung anders ab. Autoritäre Positionen weichen hier dem mühsamen Erarbeiten eines Konsenses – oft gleicht das Wohnzimmer daher monatelang eher einem unbestimmten Abstellraum. Was in Wohngemeinschaften noch verkraftbar ist, wird in Städten jedoch schnell zum Problem. Aus diesem Grund gibt es Stadtplaner, die die Gestaltung der Städte stellvertretend in die Hand nehmen. Sie überlegen, wie Menschen hier möglichst gut leben können. Dabei kollidieren die Interessen der Bürger³ nicht nur untereinander, sondern auch mit jenen abstrakteren Interessen der Wirtschaft, der Verwaltung, neuesten Erkenntnissen aus der Wissenschaft und schließlich auch den persönlichen Ansichten des Planers. Die Folge ist im schlimmsten Fall eine Stadt, in der – um im schwedischen Möbelhaus-Duktus zu bleiben – Menschen zwar wohnen, nicht aber leben.

1 Werbeslogan von Ikea seit 2002

2 Vgl. <https://www.moebelkultur.de/news/neuer-slogan/> (Abruf: 24.01.2020).

3 In diesem Text wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten sind dabei ausdrücklich mitgemeint.

Gibt es also eine unüberwindbare Kluft zwischen der Frage: ›Wie wollen wir – als Bürger⁴ einer Stadt – eigentlich leben?‹ und dem Handeln der Stadtplaner? Im Folgenden gehe ich dieser Frage nach, skizziere die Pole der orthodoxen und der partizipatorischen Stadtplanung, des Top-down- und des Bottom-up-Ansatzes und zeige, wie zeitgemäße Konzepte für die Planung von Städten versuchen, die beschriebene Kluft zu überbrücken und die auf den ersten Blick so gegensätzlichen Gestaltungskonzepte zu vereinen.

Top-down: Die Stadtplaner antworten selbst

Der Brite Ebenezer Howard hatte Ende des 19. Jahrhundert seine persönliche Antwort auf die Frage: ›Wie wollen wir eigentlich leben?‹ bereits gefunden: in einer Gesellschaft, die nach den Maßstäben des nicht-marxistischen Sozialismus geprägt war.⁵ Das heißt ohne Privateigentum an Grund und Boden, mit einer gut erreichbaren und funktionierenden Verwaltung und einer bereits räumlich manifestierten gerechten Verteilung der Wohnungen und Güter an alle Mitglieder.⁶ Die Londoner Slums waren seine Antithese. Inspiriert von den amerikanischen Städten, die zu dieser Zeit aus dem Nichts zu entstehen schienen, wollte Ebenezer Howard auch in Großbritannien die Möglichkeiten für einen städtebaulichen Neustart schaffen.⁷ Und so entwarf er das Konzept für eine Stadt, die einen Ausweg aus dem Elend der überfüllten Slums bieten, die Städte entlasten und die Landflucht aufhalten sollte. Seine ›Gartenstadt‹ verdankte ihren Namen dem großen Grüngürtel, der sie umgibt, und ist perfekt geometrisch angeordnet. Im Einklang von Natur und der gebauten Umwelt sah Howard eine Lösung für das Leid des Lebens in London.⁸ Durch die verhältnismäßig kleine Stadtgröße von maximal 30.000 Einwohnern sollte die Verwaltung der Gartenstadt für die Bürger stets gut erreichbar und zugänglich sein.⁹ Gleichzeitig sollte sie aber auch besser eingreifen können, »indem sie die für industrielle Slums typische Anarchie und Vernachlässigung bekämpft.«¹⁰

4 Laut dem §12 der Gemeindeordnung ist Bürger nur, »wer Deutscher im Sinne von Artikel 116 des Grundgesetzes ist oder die Staatsangehörigkeit eines anderen Mitgliedstaates der Europäischen Union besitzt (Unionsbürger), das 16. Lebensjahr vollendet hat und seit mindestens drei Monaten in der Gemeinde wohnt.« Kinder, Asylbewerber, kürzlich Zugezogene und viele weitere Gruppen sind juristisch nicht als Bürger zu bezeichnen. Obgleich ich in diesem Text von ›Bürgern einer Stadt‹ sprechen werde, beziehe ich mich dabei nicht zwingend nur auf wahlberechtigte und gemeldete Bürger, sondern durchaus allgemeiner auf die Bewohner und Nutzer einer Stadt. Welche Rolle die Unterscheidung hinsichtlich der Mitbestimmung

in Städten spielen kann, ist ein spannendes und diskutables Thema, das jedoch nicht im Fokus dieses Textes stehen soll.

5 Vgl. Sennett, Richard: Die offene Stadt. Eine Ethik des Bauens und Bewohnens, München 2018, S.108 ff.

6 Vgl. Mumford, Lewis: The Garden City Idea and Modern Planning. In: Frederic J. Osborn (Hg.), Gardens Cities of To-Morrow (1965), Abingdon 2007.

7 Vgl. ebd., S.30.

8 Vgl. Howard 2007, S.35.

9 Vgl. Sennett 2018, S.108 ff.

10 Ebd., S.108.

Ebenezer Howard wollte eine Stadt schaffen, die das Entstehen einer besser funktionierenden Gemeinschaft ermöglicht. Er wollte Freiheit schaffen, nicht indem er London umbaute und umstrukturierte, sondern indem er eine Alternative entwarf. Sein Konzept entsprach allerdings in erster Linie seinen eigenen Idealen und Überzeugungen. Er fragte die Bewohner der überfüllten Städte nicht, wie sie denn leben wollten, sondern gab ihnen lediglich die Option, nach seiner planerischen Fassung zu leben. Mit Ebenezer Howards Entwürfen erlebte die Idee der ›besseren‹ Stadt ihren Aufschwung – dabei erntete seine Gartenstadt schnell auch Kritik: zum Beispiel von dem schweizerisch-französischen Architekten Charles-Édouard Jeanneret-Gris, bekannt als Le Corbusier:

Die Schöpfer der Gartenstädte und die am Auseinanderreißen der Städte Verantwortlichen haben mit lauter Stimme proklamiert: Wir sind in erster Linie Philanthropen, jeder soll sein Gärtchen, sein Häuschen und seine Freiheit haben! Das ist Lüge und Vertrauensmissbrauch! [...] All das ist Vernebelung und nichts weiter. Niemand hat wirklich etwas davon, denn von der so leidenschaftlich gesuchten Freiheit und der Natur, zu deren Eroberung Sie alle ausgezogen sind, ist nichts geblieben als Schein und Illusion.¹¹

Le Corbusier meinte es besser zu wissen: Statt die Bewohner in eine sozialistische Utopie zu pressen, wollte er auf die wahren Bedürfnisse der Bürger eingehen: »When man is free, his tendency is towards pure geometry. It is then, that he achieves, what we call order. [...] The more this order is an exact one, the more happy he is, the more secure he feels. [...] All the works, that man has achieved are an ›ordering‹.«¹² Er interpretierte Louis Sullivans berühmten Spruch *form follows function*, indem er postulierte, dass die Funktionsräume und Strukturen einer Stadt auf den ersten Blick ersichtlich sein müssen, damit Menschen gut in Städten leben können. Le Corbusier ist auch durch seine nie verwirklichten Konzepte in die Geschichte der Stadtplanung eingegangen: durch den *Plan Voisin* oder die *Ville Contemporaine*. Das Ausmaß seiner Überlegungen wird im *Plan Voisin* am deutlichsten: Hier sollte das historische Pariser Viertel Le Marais, mit all seinen kleinen, unübersichtlich gewundenen Straßen komplett eingeebnet werden und 18 symmetrisch angeordneten, x-förmigen Wolkenkratzern weichen. Für Le Corbusier war die Stadt »ein wundervolles, mechanisches Spielzeug«¹³. Hinsichtlich ihrer Funktionen richtig eingestellt, ist eine solche Stadt laut ihm perfekt funktional, bietet große Grünflächen, Platz für Schnellstraßen, viel Sonnenlicht, Klarheit und Ordnung. Die Stadt ist eine Maschine, das Leben der Menschen das Produkt. Ähnliches findet sich in der *Charta von Athen* wieder, diskutiert von den Mitgliedern des Congrès Internationale d'Architecture Moderne (CIAM) und erst 1943 – zehn

11 Le Corbusier: Die Große Verschwendung. In: Ders. / Pierre Jeanneret / Max Bill (Hg.) (1938), *Œuvre complète* Volume 3: 1934-1938, Basel 2013, S. 22.

12 Le Corbusier: *The City of Tomorrow and Its Planning* (1929), New York 1987, S. 22-23.

13 Jacobs, Jane: *Tod und Leben großer amerikanischer Städte*, Basel 2015, S. 24.

Jahre nach dem eigentlichen Treffen – zu Papier gebracht von Le Corbusier. Er versuchte, einen Werkzeugkasten für eine in allen Aspekten funktionale Stadt zu entwerfen, der das Problem der chaotischen Städte ein für alle Mal löst.¹⁴

Doch hinsichtlich des Umgangs mit der Frage: »*Wie wollen wir eigentlich leben?*« unterscheidet sich Le Corbusiers kaum von Ebenezer Howards Ansatz. Denn auch er nahm die Antwort auf die Frage vorweg – weniger in Form einer Gesellschaftsordnung, als der Unterstellung, die Frage für die gebaute Umwelt der Menschen beantworten zu können. Le Corbusier schrieb den Bürgern der geplanten Städte nicht vor, nach welchen politischen Maximen sie dort zu leben haben, doch ihr städtisches Umfeld gestaltete er trotzdem. Auch er unterstellte, dass in Städten eine äußere Ordnung die verschiedenen, individuellen Lebensentwürfe bändigen muss. Denn sonst tritt jenes Phänomen ein, gegen das die Stadtplanung der Vergangenheit immer versucht hat anzukämpfen: das Chaos – in Form von Krankheiten, Kriminalität, Schmutz, Lärm und Unsicherheit. Stadtleben in seinem ungeplanten Zustand galt auch in den nachfolgenden Generationen von Stadtplanern oft als unerträglich, als »Summe der zusammengewürfelten, widersprüchlichen Launen vieler egozentrischer und schlecht beratener Individuen.«¹⁵

Die Stadtplanungskritikerin Jane Jacobs zählt Ebenezer Howard und Le Corbusier zu dominanten Vertretern der *orthodoxen Stadtplanung*. Diese ist für sie

tief von puritanischen und utopischen Konzeptionen durchtränkt; sie weiß genau, wie die Leute ihre freie Zeit verbringen sollten und diese Theorien über das Privatleben der Menschen werden bei der Planung dann gründlich mit den Vorstellungen über die Funktionen einer Großstadt verwechselt.¹⁶

Mit gravierenden Folgen. Auch wenn der *Plan Voisin* nie umgesetzt wurde – und man auch heute noch das mittlerweile sehr gepflegte Viertel Le Marais bewundern kann – prägte er, ebenso wie die *Charta von Athen*, viele städtebauliche Projekte des 20. Jahrhunderts.¹⁷ Le Corbusiers Schützling Lucio Costa setzte den wohl spektakulärsten Plan in die Realität um: Zusammen mit dem Star-Architekten Oscar Niemeyer entwarf er die neue brasilianische Hauptstadt, die Demokratie und Gerechtigkeit fördern sollte. Die Funktion war klar, ebenso deutlich scheinen die Formen. Demokratie und Gerechtigkeit sollten vor den Bürgern der Stadt Einzug in die neue brasilianische Hauptstadt erhalten – wahrscheinlich auch, weil es einfacher ist, sich einzureden diese Werte ließen sich bauen, als sich mit der Komplexität des möglichen Lebens in dieser Stadt auseinanderzusetzen. Am heutigen Brasilia kann man das Ergebnis dieses Vorgehens begutachten: Aus der Vogelperspektive erinnert die Stadt an ein Flugzeug oder einen Adler, in dessen Kopf sich die Regierungsgebäude befinden, die Wohngebiete bilden die Flügel. Aber aus dieser Perspektive fällt auch auf, dass Slums

14 Vgl. Sennett 2018, S.96 ff.

15 Zitat von Clarence Stein: Jacobs 2015, S.22.

16 Jacobs 2015, S.37.

17 Vgl. Sennett 2018, S.100.

die Stadt säumen. Befindet man sich in der Innenstadt, wirkt diese überdimensioniert und abweisend¹⁸, während in den umliegenden Wohngebieten und Slums zwar das Leben stattfindet, doch gleichzeitig auch hohe Kriminalität und Arbeitslosigkeit herrscht. Die Stadt ist außen überfüllt, in ihrem Inneren aber leer. Kein Wunder also, dass der Autor Peter Lau in einer Sonderausgabe des Magazins *brand eins* zum Thema Stadtplanung feststellt, dass Modellbaustädte wie Brasilia als menschenfeindlich gelten.¹⁹ Das Problem liegt dabei weniger in dem Aufbau der Stadt, oder in klaren stadtplanerischen Fehlern – die aus heutiger Sicht durchaus begangen wurden²⁰ –, sondern in der Annahme, es könnte gelingen, mit dem Bau einer Stadt und den Formen der selbigen ein bestimmtes Leben aus dem Nichts heraus zu provozieren. Interessanterweise hielt Lucio Costa am Ideal der funktionsbezogenen Stadt fest: »Es gibt, in seinen grundlegenden Elementen bereits voll entwickelt [...], ein ganzes neues bauliches Know-how, das paradoxerweise immer noch auf die Gesellschaft wartet, zu der es logischerweise eigentlich gehören sollte.«²¹ – oder um mit der Hamburger Band Tocotronic zu sprechen: »Die Idee ist gut, aber die Welt noch nicht bereit.«²²

Nur fünf Jahre, nachdem Niemeyer und Costa mit der Umgestaltung Brasílias begannen, wurde Jane Jacobs Buch *Death and Life of Great American Cities* veröffentlicht, in dem sie über die Entwürfe von Le Corbusier und seinen Nachahmern schrieb: »Wie ein großes personalisiertes Ego erzählen diese Gebilde von den Leistungen des jeweiligen Schöpfers. Aber über die Funktionsfähigkeit der Stadt erzählen sie [...] nichts als Lügen.«²³ – Allerdings: Es stellt sich die Frage, ob die Lüge über die Funktionsfähigkeit nicht eigentlich nur ein Symptom ist, basierend auf dem Trugschluss, dass es abstrakte und permanente Antworten auf die Frage: »Wie wollen wir eigentlich leben?«, geben kann, die sich in Form von einer gebauten Umwelt physisch manifestieren ließen. Die wahre Lüge ist aber eigentlich das »Wir«, das sich zwar auf die Bürger einer Stadt beziehen wollte, aber nie den begrenzten Horizont des einzelnen Planers oder den geteilten Ideologien einer kleinen Gruppe bestimmter Menschen verlassen hat: Denn tatsächlich lautete die Frage stets: »Wie denke ich, dass andere leben wollen?« oder sogar »Wie will ich, dass andere leben?«. Egal, wie gut gemeint oder visionär die Diktatur der Formen in der orthodoxen Stadtplanung ist, sie kann dem wirklichen Leben nicht angepasst sein. Auch deshalb kann man bei vielen Stadtplanungsprojekten feststellen, dass das Leben der Bürger um das geplante Ideal herumfließt. Stadtplanung, die eigentlich das Leben der Menschen in den Städten verbessern sollte, verfehlt so ihren Zweck und richtet im schlimmsten Fall sogar einen nachhaltigen Schaden an. Denn fatalerweise ist Stadtplanung ja kein Kurzzeitprojekt: Geplant für 600.000 Einwohner leben in

18 Gehl, Jan: Städte für Menschen, Berlin 2019, S.229.

19 Vgl. Lau, Peter: Mach nur einen Plan. In: Edition brand eins: Urbane Innovation: Wie sieht die Stadt aus, in der wir leben wollen?, Heft 4 (2019), S.18-31, S.22.

20 Der Stadtplaner Jan Gehl spricht in diesem Zuge vom Brasilia-Syndrom, bei dem planerisch der kleine -

menschliche - Maßstab vernachlässigt wurde. Vgl. Gehl 2019, S.229

21 Zitat von Lucio Costa in: Sennett 2018, S.98.

22 Liedtitel der Band Tocotronic aus dem Album Digital ist besser von 1995.

23 Jacobs 2015, S.24.

Brasilia heute fast drei Millionen Menschen, die in einer – oder eher außerhalb einer – dysfunktionalen Stadt leben müssen. Und es ist nicht abzusehen, dass sich das in den nächsten Jahrzehnten grundlegend ändern wird. Brasilia ist ein Inbegriff der Problematik, die entsteht, wenn man davon ausgeht, man könne zu einem bestimmten Zeitpunkt eine einzige gebaute Antwort auf die Frage: ›Wie wollen wir eigentlich leben?‹ vorgeben – und diese würde sowohl jetzt als auch in Zukunft für alle Bürger eine Gültigkeit haben. Dabei ist die Tatsache, dass diese Antwort zu einem bestimmten Zeitpunkt gegeben wurde, das kleinere Problem. Dies muss zwangsläufig in der Stadtgestaltung immer wieder bedacht werden, denn es ist nie vollständig möglich, im Interesse aller und dies bis in alle Ewigkeit zu planen und zu bauen. Doch gerade im Falle von Brasilia wird besonders deutlich: ›Wie wollen wir eigentlich leben?‹ ist jene zentrale Frage der Stadtplanung, die sich nicht abschließend beantworten lassen kann, und dennoch beantwortet werden muss. Entscheidend ist deshalb, wie wir den Prozess der Antwort – denn nur im Sinne eines Prozesses kann man sie verstehen – gestalten. So konstatiert Jane Jacobs, dass in der orthodoxen Stadtplanung keinerlei Rücksicht auf das Leben in den Großstädten selbst genommen werde: »Die Großstädte sind weder untersucht noch respektiert worden, sie durften nur Weihopfer sein.«²⁴

Bottom-up: Den vielen Antworten der Bürger Raum geben

Jane Jacobs rebelliert gegen diese Form der Stadtplanung und behauptet: »Cities have the capability of providing something for everybody, only because, and only when, they are created by everybody.«²⁵ Für sie ist die Frage ›Wie wollen wir eigentlich Leben?‹ jene Essenz, die Städte überhaupt ausmacht, ihre Vielfalt und ihren Rhythmus bestimmt. Während die klassische Stadtplanung versuchte, die Frage selber zu beantworten, stellt Jane Jacobs die Unbeantwortbarkeit der Frage in den Vordergrund. Denn eine einzige, kollektive Antwort auf die Frage würde mit einer Monotonie und Eintönigkeit einhergehen, die jener Vielfalt im Wege steht, die Großstädte ausmacht.²⁶ So gibt sie die Frage ›Wie wollen wir eigentlich Leben?‹ den Bürgern zurück: Indem sie dem scheinbar chaotischen Treiben des städtischen Lebens eigene Ordnungsgesetze zuspricht, die die orthodoxe Stadtplanung entweder leugnete oder ihnen zumindest nicht die angemessene Bedeutung eingestand.²⁷ Diese Ordnungsgesetze hängen laut Jane Jacobs nicht etwa mit Strukturen und Gebäuden zusammen, sondern sind Fähigkeiten, die sich Bürger einer Stadt in einer Stadt aneignen. So spricht sie beispielsweise von dem Spielen auf dem Bürgersteig als »Schule für das Stadtleben«²⁸. Dementsprechend sind die eigentlichen Kunstwerke einer Stadt nicht fan-

24 Ebd., S.26.

25 Jacobs, Jane: *The Death and Life of Great American Cities*, New York City 1961, S.238.

26 Vgl. Jacobs 2015. S.131 ff.: In dem Kapitel »Legenden über die Nachteile von Mannigfaltigkeit« erläutert Jane Jacobs, wie Monotonie und Homogenität Städte veröden

lässt, während Vielfalt Städte kennzeichnet und lebendig macht. Daher plädiert sie für gemischte Nutzungen und Raum für unvorhersehbare Nutzungsweisen.

27 Vgl. ebd., S.131.

28 Ebd., S.62.

tastische architektonische Gebäude, sondern das Stadtleben selbst, das beispielsweise im »Ballett eines gut funktionierenden Bürgersteigs«²⁹ zum Vorschein kommt. Die Komplexität der Frage ›*Wie wollen wir eigentlich leben?*‹, versucht Jane Jacobs nicht zu lösen, sondern zu akzeptieren: »Wenn wir uns mit Städten befassen, befassen wir uns mit dem Leben in seiner komplexesten und intensivsten Form.«³⁰ Während man viele orthodoxe Stadtplaner als Ingenieure bezeichnen könnte, die versuchen, eine perfekt funktionierende Maschine zu bauen, verkörpert Jane Jacobs eher die Biologin, die einen lebenden Organismus möglichst genau beobachtet und vielleicht hier und da, durch minimalinvasives Eingreifen in die Stadt, unterstützt.³¹ Während der Ingenieur davon ausgeht, dass ohne sein Mitwirken die Maschine nicht funktioniert, geht die Biologin davon aus, dass das Leben auch ohne ihr Einwirken stattfindet – vielleicht sogar besser, als wenn sie interveniert.

Implizit arbeitet auch Jane Jacobs mit dem Dogma *form follows function*, doch sie zieht andere Schlussfolgerungen: Statt wie Le Corbusier das Diktum als Aufforderung zur Gestaltung von Formen, die bestimmten Funktionen entsprechen, zu verstehen, vertritt Jacobs eher die Ansicht, die Form geht aus der Art, wie Menschen leben, hervor.³² Stadtplanung sollte dementsprechend ›nur‹ die Aufgabe haben, Mannigfaltigkeit zu gewährleisten, um komplexen Ordnungen die Möglichkeit zu bieten, sich zu bilden, und diese Ordnungen anschließend sichtbar zu machen.³³ Stadt ist bei Jane Jacobs ein niemals endender Entwicklungsprozess, der ebenso unkontrollierbar ist, wie das Leben der Menschen selbst. Alles, was man tun kann, ist diesen Prozess so gut wie möglich zu beobachten, zu versuchen daraus Erkenntnisse zu erzielen und sich als Gestalter möglichst weit zurückzunehmen³⁴, denn »Städte enthalten wunderbare Möglichkeiten, das, was Menschen in ihren Schwierigkeiten brauchen, zu verstehen, zu lehren und zu erfinden.«³⁵

Das aber funktioniert nur, wenn man sich in diese Städte hineinbegibt und einen Perspektivwechsel vollzieht: Statt von außen etwas Besseres für die Bewohner einer Stadt zu schaffen, gilt es, das Beste des bereits Vorhandenen zu stärken – idealerweise, indem man den Bürgern die Möglichkeit gibt, selbst für eine bessere Stadt einzustehen. Während die Orthodoxe Stadtplanung deduktiv arbeitete, arbeitet Jane Jacobs induktiv und eröffnete der Stadtgesellschaft damit neue Möglichkeiten, aber auch die Notwendigkeit, die Stadt mitzugestalten.

Jane Jacobs war eine Visionärin der Stadtplanung, eine Querdenkerin. In provozierender Sprache wies sie auf das zwangsläufige Scheitern von Vorhaben zur Fremdbeantwortung der Frage ›*Wie wollen wir eigentlich leben?*‹ hin und wollte die Lebensentwürfe der Bewohner einer Stadt wieder den Bewohnern zurückgeben. Die Stärke von Jane Jacobs Ansatz liegt dabei in erster Linie in der Aufforderung, Stadtplanung radikal neu zu denken. Diese Aufforderung richtet sich dabei nicht zuletzt auch an die Politik und die Stadtgesellschaft und nicht unbedingt nur an die Stadtplaner und Architekten. In den 50er-Jahren wurde das

29 Jacobs 2015, S. 44.

30 Ebd., S. 192.

31 Vgl. ebd., S. 114.

32 Vgl. Sennett 2018, S. 105.

33 Vgl. Jacobs 2015, S. 194.

34 Vgl. Sennett 2018, S. 1084 ff.

35 Jacobs 2015, S. 220.

beispielsweise in ihren erfolgreichen Bemühungen deutlich, die New Yorker Stadtgesellschaft auf Pläne für eine vierspurige Straße durch einen Stadtpark aufmerksam zu machen und gegen diese zu mobilisieren.³⁶ Jedoch liegen hier auch die Grenzen ihres Ansatzes, dessen Stärke zwar in dem Aufzeigen von Missständen und der Beobachtung liegt, nicht so sehr aber in der stadtplanerischen Praxis selbst, die nicht nur auf den Erhalt, sondern das Schaffen von Neuem ausgelegt ist. Ihr Konzept beruht auf der Beobachtung und der eigenständigen Entwicklung von Nachbarschaften. Diese sind jedoch in der Regel zum einen langsam, zum anderen lokal begrenzt: »Der Raum, in dem Langsames geschieht, ist klein.«³⁷

Vielleicht ist man mithilfe von Jane Jacobs Ansatz in der Lage, in einem Straßenzug herauszufinden, wie die Menschen dort eigentlich leben wollen. Doch kann man aus diesem vereinzelt, und schwer zu erwerbendem Wissen tatsächlich aktive Stadtplanung betreiben? Eben hier versagen Jane Jacobs Überlegungen: Zwar zeigt sie auf, wie Quartiere und Nachbarschaften funktionieren, aber für ein Bauvorhaben, wie es Lucio Costa und Oscar Niemeyer im Falle von Brasilia vor sich hatten, wären auch ihre Erkenntnisse nicht unbedingt hilfreicher gewesen. Sie bewegt Bürger dazu, sich für die Gestaltung ihrer Städte einzusetzen, doch dadurch entstehen keine neuen Formen, Gebäude und Quartiere. Aus den von ihr aufgestellten Variablen der Großstädte, lassen sich nur schwer konkrete Handlungen ableiten. Es gibt kein Richtig oder Falsch, sondern nur eine Skala³⁸, deren Optimum sich je nach Bürger, je nach Viertel und je nach Stadt enorm unterscheiden kann. Es ist unklar, wie aus der intensiven Beobachtung der Zusammenhänge und Prozesse eine aktive Praxis der Stadtplanung entstehen oder die Stadt als Ganzes berücksichtigt werden kann.³⁹ Zwar stellt Jane Jacobs tatsächlich die Frage: »*Wie wollen wir eigentlich leben?*« und lässt dabei der Diversität der Antworten den notwendigen Raum. Doch dadurch finden sich kaum Antworten, auf die man sich berufen könnte, und die man in eine aktive räumlich-stadtplanerische Praxis übersetzen könnte. Zwar kann Jane Jacobs Aufbegehren gegen die orthodoxe Stadtplanung als Anstoß zu einem neuen stadtplanerischen Denken funktionieren, das nicht allein von den Stadtplanern ausgeht, sondern vor allem von den Bürgern selbst. Doch wenn es darum geht, schnelle Entscheidungen zu treffen, langfristige Visionen umzusetzen oder großangelegte Bauvorhaben zu realisieren, kommt Jane Jacobs Ansatz schnell an seine Grenzen: Genuine Bottom-up-Prozesse sind visionslos und ihnen fällt das Treffen von Entscheidungen immer schwer, da in der Regel kein Konsens entsteht und somit mit jeder Entscheidung immer auch Alternativen ausgeschlossen werden, die sich im Nachhinein als besser entpuppen könnten. Und eben diesen – für die Planung von Städten sehr entscheidenden – Punkten möchte sich Jane Jacobs nicht stellen. Weiter noch: Genau hier werden die Grenzen aller Bottom-up-Prozesse deutlich. Denn wenn alle

36 Vgl. <https://www.theguardian.com/cities/2016/apr/28/story-cities-32-new-york-jane-jacobs-robert-moses#maincontent> (Abruf: 04.03.2020).

37 Sennett 2018, S.104.

38 So ist zum Beispiel die Vielfalt ihrer Meinung unerlässlich für

das Funktionieren von Quartieren. Gleichzeitig aber hat diese Mannigfaltigkeit auch Grenzen, die bei Überschreitung in einem Selbstzerstörungsprozess münden können. (Vgl. Jacobs 2015, S.140)

39 Vgl. Sennett 2018, S.112.

zuständig sind, ist gleichzeitig auch keiner zuständig. Jeder hat eine Stimme, aber keiner hat die Macht, Entscheidungen zu treffen oder eine individuelle Idee durchzusetzen. So verlieren Stadtplaner ihre Handlungsfähigkeit beim Umgang mit der städtischen Komplexität. Trotzdem bleibt festzuhalten, dass Jane Jacobs einen wichtigen Beitrag zur Stadtplanung geleistet hat, den heute diverse Stadtplaner in ihre Arbeit implementieren: Die Relevanz der Stadtbewohner – ihrer individuellen Lebensentwürfe und ihrer Identifizierung mit einem Quartier – für die Stadtplanung.

Linked directions: eine Annäherung

Doch wer hat am Ende des Tages recht; welcher Ansatz lässt sich weiterverfolgen? Kann die Frage ›*Wie wollen wir eigentlich leben?*‹ tatsächlich nur von den Stadtplanern beantwortet werden, weil diese schließlich entscheiden müssen, wie im konkreten Planungsprozess vorzugehen ist? Oder können eigentlich nur die Bürger die Frage, wie sie leben wollen, beantworten und sollten letztlich die Entscheidungen treffen, wie ihre Stadt aussehen soll?

Für den Soziologen Richard Sennett besteht eine Antwort auf diese Frage in der Tatsache, dass die Stadt sich aus zwei unterschiedlichen Elementen zusammensetzt: Sie kann einerseits ein physischer wahrnehmbarer Ort sein; andererseits kann *Stadt* aber auch im anthropologisch-sozialen Sinn verstanden werden.⁴⁰ Um die Elemente der Stadt begrifflich voneinander zu trennen, bedient er sich der ursprünglichen Bedeutung der französischen Begriffe *ville* und *cité*. Vereinfacht kann man sagen, dass *ville* die gebaute Stadt ist, während *cité* die gelebte Stadt beschreibt.⁴¹ Im Rahmen der *ville* lassen sich reale Räume und Strukturen entwickeln, während die *cité* ein Eigenleben führt, das aber nicht von der *ville* losgelöst gedacht werden kann. Stadtplaner gestalten klassischerweise die *ville*, in der Hoffnung, sie könnte die *cité* prägen, oder auch, weil sie der Meinung sind, eine *ville* zu gestalten, die zu der *cité* passt. Mit der Gestaltung der *ville* tun sich die Bürger hingegen schwer. Ihr Handeln bezieht sich in erster Linie auf die *cité*. Wünsche und Bedürfnisse hinsichtlich der gebauten Stadt können sie nur schwer äußern und realistisch abwägen. Kurz vor ihrem Tod äußerte Richard Sennett gegenüber seiner Freundin Jane Jacobs die Meinung, dass sie zwar hinsichtlich der *cité* besser sei, ihr Rivale und Vertreter der orthodoxeren Stadtplanung, Lewis Mumford, jedoch hinsichtlich der *ville*. Jane Jacobs antwortet daraufhin nur: »Und was w rdeten Sie tun?«⁴²

Seit Jane Jacobs eine neue Sichtweise auf die Planung von Städten aufgezeigt hat, haben sich diverse Stadtplaner und auch Angehörige anderer Disziplinen überlegt, wie man die Kluft zwischen *ville* und *cité*, zwischen der klassischen Stadtplanung und den Vorstellungen der Bürger überwinden könnte. Möchte man eine Kluft überbrücken, so ist es normalerweise nicht möglich, mit dem Bau der Brücke in der Mitte der Kluft anzufangen. Viel eher nähert man sich – idealerweise von beiden Seiten – einander an. Nur so haben beide

40 Vgl. Sennett 2018, S.10 f.

42 Ebd., S.114.

41 Vgl. ebd., S.10 f.

Parteien das Gefühl, es handele sich um eine gemeinsam gebaute Brücke und nicht um eine Enterbrücke des potenziell gegnerischen Lagers. Dementsprechend wird seitens der Städte, Investoren und Planungsbüros versucht, den Prozess für den Bürger zu öffnen oder zumindest im Rahmen genauer Beobachtungen die Bürger einer Stadt und ihre Bedürfnisse in die Planung zu integrieren. Gleichzeitig gibt es Ansätze – wenn auch bedeutend weniger –, bei denen versucht wird, Wege dafür zu finden, wie der Bürger sich auf die klassische Stadtplanung zubewegen, eine Stimme entwickeln und seine Kompetenzen einbringen kann. Im Folgenden werde ich exemplarisch zwei dieser Ansätze vorstellen. Dabei nähert sich der eine von der Seite der autoritären Stadtplanung dem Bürger an, während der andere überlegt, welche Rolle Bürger in der Stadtgestaltung spielen und wie sie sich in den konkreten Gestaltungsprozessen sinnvoll einbringen können.

Eine bessere Stadt für die Menschen – die Stadtplanung beantwortet für den Bürger

Der dänische Stadtplaner Jan Gehl denkt Jane Jacobs Ansätze weiter und formt sie zu klaren Gestaltungsmaximen, die sich in die Praxis übersetzen lassen. So versucht er herauszufinden, wie man die *ville* so gestalten kann, dass sie der »wahren Funktionsweise« der *cité* entspricht⁴³. Dabei unterscheidet er zwischen dem groen Mastab, der sich auf die gesamte Stadt bezieht, dem mittleren Mastab, der sich auf die Quartiere einer Stadt bezieht und schlielich dem kleinen Mastab: »die Stadt, wie sie von den Einwohnern und Nutzern auf Augenhohe erlebt wird.«⁴⁴ Dieser kleine Mastab – das sogenannte menschliche Ma – ist fur die Stadtplanung am wichtigsten. Um das menschliche Ma zu entwickeln, fragte er unter anderem, ab welcher Entfernung wir die Emotionen eines Menschen erkennen konnen, wie wir Gebaude von der Strae aus wahrnehmen und welche Auswirkung Geschwindigkeit auf unsere Wahrnehmung hat.⁴⁵ Dadurch, dass heute die meisten »Planungsentscheidungen am digitalen Reibbrett«⁴⁶ erfolgen, entsprechen viele Stadte dem menschlichen Ma nicht mehr. Mogliche Folgen einer solchen Stadtplanung beschreibt Jan Gehl als »*Brasilia-Syndrom*«. ⁴⁷ Er scheint mit seiner Art der Stadtplanung ins Schwarze getroffen zu haben, gilt er doch als einer der aktuell einflussreichsten Stadtplaner weltweit.⁴⁸ Sein Buro *Gehl Architects* hat – neben vielen anderen Projekten – den Times Square in New York umgestaltet, war beteiligt an dem Aufstieg von Melbourne City zur lebenswertesten Stadt der Welt [2011] und ist nicht zuletzt fur die Transformation

43 Wissend, dass es sich hierbei eher um einen permanenten Annaherungs- und Erkenntnisprozess handelt. Die eine wahre Funktionsweise der *cité*, die noch dazu jenseits einer kurzen Momentaufnahme existiert, kann es aufgrund der Vielfalt von Interessen in einer Stadt im Grunde nicht geben.

44 Gehl 2019, S.226.

45 Vgl. ebd., S.48 ff.

46 Ebd., S.72.

47 Vgl. ebd., S.229.

48 Vgl. Kaltenbrunner, Robert / Jakobowski, Peter: Die Stadt der Zukunft. Wie wir leben wollen, Berlin 2018, S.36.

Kopenhagens von einer autofreundlichen in eine fußgänger- und fahrradgerechte Stadt verantwortlich.

Vermutlich wären unsere Städte heute lebenswerter, wenn Ebenezer Howard die Londoner Slums intensiver studiert hätte, statt sie einfach zu ersetzen. Oder wenn Le Corbusier seine Konzepte nicht im Pariser Sommer, auf Basis einer leergefegten Stadt entwickelt hätte.⁴⁹ Denn das menschliche Maß stellt uns den Werkzeugkoffer zur Verfügung, den die Verfasser der *Charta von Athen* so verzweifelt versuchen zu bestimmen. Die Tatsache, dass Jan Gehl damit erfolgreich ist, hängt damit zusammen, dass er Menschen in Städten, auf die der Werkzeugkoffer schließlich angewendet werden sollte, studiert und zu verstehen versucht, statt ihnen seine eigenen Vorstellungen einer idealen Stadt zu einfach zu unterstellen.

Vielleicht aber wäre auch gar nicht so viel anders. Es ist durchaus fraglich, ob Stadtplanungsprojekte der Vergangenheit dadurch zwangsläufig zu lebenswerteren Städten geführt hätten. Denn hinsichtlich der Frage: »*Wie wollen wir eigentlich leben?*«, ist Gehls Herangehensweise nicht grundlegend anders als die der orthodoxen Stadtplaner. Er nutzt zwar einen ausgereifteren und besser angepassten Werkzeugkoffer, doch auch er lässt die Antwort auf die Frage nicht aus der Bürgerschaft entwickeln, sondern beantwortet sie für sie: Er gestaltet *für* die Menschen – wie auch der Buchtitel *Städte für Menschen* erahnen lässt. Zwar greift er dabei Jane Jacobs Überlegungen auf und versucht den Menschen, für die er gestaltet, tatsächlich gerecht zu werden. Doch bleibt er in der Vogelperspektive des Planers. Die Bürger werden nicht selbst Teil der Stadtplanung, sondern sind erst Forschungsobjekt und anschließend Nutzer. In ihrem Buch *Die Stadt der Zukunft* behaupten Robert Kaltenbrunner und Peter Jakobowski: »Als Individuen leben wie in Abhängigkeit von einer durch *andere* gestalteten und organisierten gebauten Umwelt. Wir können uns ihr, von Ausnahmen abgesehen, weder entziehen noch sie unmittelbar beeinflussen.«⁵⁰ – Sollten sie damit recht haben, bedeutet das, dass die Frage: »*Wie wollen wir eigentlich leben?*«, im Rahmen der Stadtplanung nicht von den Einwohnern und Nutzern einer Stadt selbst beantwortet werden kann. Im radikalen Umkehrschluss bedeutet das aber auch, dass partizipative Prozesse, wie sie aktuell bei Stadtplanungsvorhaben durchgeführt werden, nicht zielführend sind. Besser ist es dann, durch genaue Analysen, wie Jan Gehl sie durchführt, herauszufinden, was die Einwohner und Nutzer einer Stadt bewegt und auf Basis dieser Ergebnisse zu gestalten. Doch haben die Städter nicht ein Recht darauf, sich mit der Frage: »*Wie wollen wir eigentlich leben?*«, hinsichtlich der Stadt, in der sie ihr Leben verbringen, auseinanderzusetzen?

Menschen für eine bessere Stadt – die Stadtplanung berät den Bürger

Der Frage, wie Städter sich besser mit der Frage »*Wie wollen wir eigentlich leben?*«, hinsichtlich der Stadt, in der sie ihr Leben verbringen, auseinandersetzen können, geht der

49 Le Corbusier 1987, S. xxiii.

50 Kaltenbrunner / Jakobowski 2018, S. 36.

Soziologe Richard Sennett nach. Seit Jane Jacobs ihn fragte ›*Und was würden Sie tun?*‹ versucht er herauszufinden, »wie sich Städter stärker für die *cité* engagieren können [und] [...] welche Formen in der *ville* ihnen dabei helfen können«⁵¹. Was zunächst nahe an Jan Gehls Ansatz zu liegen scheint, ist doch grundsätzlich anders: Bei Sennett sollen die Einwohner nicht nur eine Nutzerbeziehung zu ihrer Stadt aufbauen. Er überlegt, wie man sie dabei unterstützen kann, sich für die Stadt auch einzusetzen. Richard Sennett möchte die Bürger nicht nur befragen und beobachten, sondern spricht ihnen eine Verantwortung zu. Denn Bürger haben hinsichtlich des Lebens in ihrer Stadt eine stille Kompetenz:

Wie man auch kein Genie sein muss, um gute handwerkliche Fertigkeiten zu erwerben, so ist auch das Potenzial, ein fähiger Bewohner zu werden, in den meisten Menschen angelegt. Ich beschreibe hier keine ideale *cité*, sondern eine *cité*, die längst in uns schlummert.⁵²

Wie aber soll man mit diesem Potenzial umgehen? Jan Gehl versucht durch Beobachtungen aus dieser in uns schlummernden Kompetenz zu lernen, um Städte zu schaffen, die dem unbewussten Wissen der Bürger gerecht werden und in denen Bürger ihre unbewussteste Kompetenz ausleben können. Sennett hingegen räumt der in uns schlummernden *cité* eine noch gr oere Bedeutung ein: Sie ist das, was uns nicht nur zu stillen Nutzern, sondern auch zu den Denkern und Akteuren einer Stadt macht. Es gilt ein Bewusstsein für diese Kompetenz zu etablieren, sie zu wecken. Stadtplaner treten in dieser Logik nicht vorrangig als Soziologen, Architekten oder Ökonomen auf, sondern als Berater von mündigen Bürgern, die ihnen im Erkenntnisprozess ihres besonderen Wissens zur Seite stehen.⁵³ Das wiederum bedeutet, der Öffentlichkeit tatsächlich zu vertrauen und ihr eine neue Form der Mitsprache zuzugestehen, statt die nur »irgendwie zu behandeln«⁵⁴. Sennett plädiert für eine Koproduktion, statt einer Konsultation⁵⁵, mit dem Ziel, die »Diskrepanz zwischen den Anforderungen guter Gestaltung und den Erfahrungen und Vorstellungen der Bewohner«⁵⁶ auszugleichen. Es sollte also nicht nur darum gehen, Städte *für* Menschen zu gestalten, sondern den Menschen beratend bei der eigenständigen Gestaltung ihrer Städte zur Seite zu stehen.

Damit die Bewohner und Nutzer einer Stadt jedoch überhaupt die Möglichkeit haben, sich einzubringen, reicht es nicht, kurzfristige partizipative Prozesse vor wichtige Planungsverfahren zu streuen. Richard Sennetts Theorie der *Offenen Stadt* greift tiefer. Die *Offene Stadt* soll eines der wahrscheinlich gr oten Probleme der Stadtplanung beheben: Man plant zwar für einen Moment – in der Vergangenheit, der Gegenwart oder auch der Zukunft –, doch Städte existieren nicht nur in diesem Moment. Gestaltungsvorhaben, die sich an der gegenwärtigen Situation orientieren, drohen schnell zu veralten, während in die Zukunft gerich-

51 Sennett 2018, S. 213.

52 Ebd., S. 235.

53 Vgl. ebd., S. 325.

54 Ebd., S. 325

55 Vgl. ebd., S. 300.

56 Ebd., S. 308.

tete Projekte oft in der Gegenwart unzureichend sind oder der tatsächlich eintretenden Zukunft nicht entsprechen. Stadtplanungstrends können zu einem Zeitpunkt als ideal, 20 Jahre später aber als katastrophal betrachtet werden. Wenn die Gestaltung nicht in der Lage ist, über längere Prozesse die Stadt und ihre Bürger zu begleiten, ist sie zwangsläufig unzureichend. Die Lösung sieht Richard Sennett in einer ethischen Verbindung zwischen Stadtplaner und Stadtbewohner, die laut ihm darin besteht,

sich in einer gewissen Bescheidenheit zu üben: Man lebt als einer unter vielen in einer Welt, in der man sich nicht selbst gespiegelt sieht. Als einer unter vielen zu leben macht es möglich, wie Robert Venturi dies einmal ausdrückte, die Komplexität und ›Vielfalt der Bedeutungen‹ über deren bloße Klarheit zu stellen. Das ist die Ethik der offenen Stadt.⁵⁷

Nur eine Stadt, in der die Bürger in einem solchen Maß tatsächlich an der Stadt teilhaben, kann wirklich offen sein⁵⁸, kann die Zeit überstehen und sich den unterschiedlichen Herangehensweisen an die Frage: ›*Wie wollen wir eigentlich leben?*‹, tatsächlich anpassen – denn während die Trends, die Planer und die Verantwortlichen wechseln, bleiben die Bürger und ihre Verbindung in Form von Erinnerungen und Emotionen zu ihrer Stadt.

Auch die Theorie der offenen Stadt wartet noch auf ihre Ausgestaltung und praktische Anwendung. Doch sie bietet eine mögliche Antwort auf das, was wir aus diesem kurzen Abriss über die Stadtplanung lernen können: Wir wissen in Anbetracht der immensen Komplexität der Stadtplanung nicht, wie wir am besten handeln sollen. Doch handeln müssen wir trotzdem. Der Umgang mit Komplexität bei etwas derart Permanentem wie der Stadtplanung ist ein Drahtseilakt, bei dem es helfen kann, gemeinschaftlich und nicht in zu starker Höhe zu arbeiten.

Fazit

Zu Beginn habe ich die Frage gestellt, ob es eine unüberwindbare Kluft zwischen der Frage ›*Wie wollen wir – als Bürger einer Stadt – eigentlich leben?*‹ und dem Handeln der Stadtplaner gibt. Es scheint diese Kluft tatsächlich zu geben. Und sie droht immer dramatischer zu werden, je größer und komplexer die Städte werden. Ein Punkt der Einstiegsfrage lässt sich jedoch nicht bestätigen: Die Kluft ist nicht unbedingt unüberwindbar – im Gegenteil: Seit den 60er-Jahren arbeiten Angehörige verschiedener Disziplinen daran, die Kluft zwischen

57 Ebd., S. 369 f.

58 Richard Sennett entwickelt hier verschiedene Modelle zur Teilhabe der Bürger an ihrer Stadt. Zum Beispiel plädiert er für eine unfertige Bauweise, die den Bewohnern ermöglicht, ihre Häuser selbst anzupassen und zu entwickeln und

für Städte, die sich renovieren und erneuern lassen. Außerdem entwickelt er verschiedene Praktiken im Planungsprozess, bei denen sich die Planer zurücknehmen und den Bürgern Raum lassen, eigene Lösungen zu erarbeiten.

den Bürgern und den Stadtplanern zu überbrücken. Dieser Prozess findet sowohl aus der Perspektive der Stadtplaner als auch der Perspektive der Bürger statt. Entscheidend in diesem Prozess scheint zu sein, dass die jeweiligen Kompetenzen und Potenziale anerkannt werden und abgewogen wird, wann welche Methoden sinnvoll sind – und wann eben auch nicht. Mitbestimmung und Gestaltung der Bürger führt nicht unbedingt zu besseren Lösungen. Auch visionäre Vorstellungen einzelner können sich im Nachhinein als positive Entwicklung entpuppen: Jan Gehl war beispielsweise der Meinung, dass fahrradgerechte Städte ökologischer, sicherer und allgemein lebenswerter sind. Zwar ist dieser Ansatz aus heutiger Sicht richtig, doch anfangs wurde seine visionäre Vorstellung der besseren Stadt bei Weitem nicht von allen Bürgern unterstützt. Stadtplanung, die Visionen verfolgt, ohne dabei von Anfang an einen stadtgesellschaftlichen Konsens zu haben, ist zwingend notwendig, um als Stadtplaner handlungsfähig zu sein und zu bleiben, um Visionen in Städten umzusetzen und Städte zukunftsfähig zu gestalten.

Gleichzeitig aber sind die Grenzen einer solchen Stadtplanung nicht aus den Augen zu verlieren. Nicht immer führen sie zu dem erhofften Erfolg. Und selbst, wenn sich zeitweise ein Erfolg einstellt, drohen sie dennoch immer zu veralten, oder sich im Rückblick als nicht so vorteilhaft wie erhofft herauszustellen.

Das Handeln der Stadtplaner ist notwendig, doch zwangsläufig – da es immer auf Entscheidungen beruht, die zu dem einen Zeitpunkt zwar richtig, zu einem späteren jedoch falsch sein könnten – risikobehaftet. Die Frage ist, inwieweit die Bürger einer Stadt in der Lage sind, auf städtebauliche Fehler aufmerksam zu machen, ihre Meinungen zu äußern, Städte positiv umzugestalten und anzupassen. Denn wirklich problematisch wird eine Top-down-Stadtplanung erst, wenn sie sich zu weit von den Vorstellungen und dem Verständnis der Bürger entfernt. Denn dann verlieren diese den Bezug zu ihrer Stadt und sind nicht mehr in der Lage, eine Stadt der sich verändernden Zeit permanent anzupassen. So sterben Städte schließlich – weil die geplante Hülle es nicht mehr vermag, den gelebten Inhalt zu fassen. Zurück bleiben dann Geisterstädte, in denen zwar gewohnt oder gearbeitet, nicht aber gelebt wird.

Am Ende müssen wir uns als Bürger kritisch fragen, welche Position wir in Städten einnehmen wollen. Möchten wir uns gänzlich zurückziehen, die Städte fremdgestalten lassen und das Risiko verplanter Städte eingehen? Oder wollen wir mitwirken und an der permanenten Veränderung teilhaben? Es ist die Frage, ob – oder besser inwieweit – wir Verantwortung für unsere Städte übernehmen wollen. Beantworten wir diese Frage nicht, vielleicht, weil wir gerade nicht allzu unzufrieden mit unserer Stadt sind oder uns andere Dinge wichtiger erscheinen, wird sie für uns beantwortet. In diesem Moment verlieren wir unsere Mitsprache in der Gestaltung der Stadt. Sie zurückzugewinnen ist anschließend ein langer und anstrengender Prozess. Es lohnt sich also, gründlich über eine Antwort nachzudenken.

Begonnen hat dieser Text mit dem Ikea-Slogan »Wohnst du noch oder lebst du schon?«. Sollten wir in diesem Sinne in einer Stadt nicht nur wohnen, sondern leben wollen, und sind

wir bereit Verantwortung für unsere Städte zu übernehmen, dann müssen wir herausfinden, wie wir unsere Stadt-Wohngemeinschaft am besten organisieren. So, dass wir weder einen unbestimmten Abstellraum erzeugen, noch blind eine autoritäre Gestaltung über uns ergehen lassen. Denn weder in der einen noch in der anderen Wohnung würden wir langfristig leben wollen. In Städten ist das nicht anders.

Was muss also passieren? Wenn das Ziel ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen den Bürgern und den Stadtplanern ist, bei dem die jeweiligen Kompetenzen und Potenziale bestmöglich eingesetzt werden können, so gilt es aktuell vor allem herauszufinden, wie sich Bürger der Frage ›*Wie wollen wir eigentlich leben?*‹ hinsichtlich ihrer Nachbarschaft, ihres Quartiers und ihrer Stadt bewusst werden und Möglichkeiten zur Artikulation dieses Bewusstseins finden. Die Akzeptanz von Stadtplanern wie Jan Gehl zeigt, dass die Stadtplanung ihren Teil der Kluft schon fast überbrückt hat. Doch seitens der Bürger fehlt oft noch das Bewusstsein für die Notwendigkeit, ihre Seite der Kluft zwischen Bürgern und Stadtplanern zu überwinden. Aber auch an konkreten Möglichkeiten der Bürger, sich auf die Stadtplanung zuzubewegen, mangelt es. Wie diese Brücke in Richtung Stadtplanung gebaut werden kann, gilt es noch herauszufinden.

Literatur

Gehl, Jan: Städte für Menschen, Berlin 2019.

Jacobs, Jane: Tod und Leben großer amerikanischer Städte (1961), Basel 2015.

Jacobs, Jane: The Death and Life of Great American Cities, New York City 1961.

Kaltenbrunner, Robert / Jakubowski, Peter: Die Stadt der Zukunft. Wie wir leben wollen, Berlin 2018.

Lau, Peter: Mach nur einen Plan. In: Edition brand eins: Urbane Innovation: Wie sieht die Stadt aus, in der wir leben wollen?, Heft 4 (2019), S.18-31.

Le Corbusier: The City of Tomorrow and Its Planning (1929), New York 1987.

Le Corbusier: Die Große Verschwendung. In: Ders. / Pierre Jeanneret / Max Bill (Hg.) (1938), Œuvre complète Volume 3: 1934-1938, Basel 2013.

Mumford, Lewis: The Garden City Idea and Modern Planning. In: Frederic J. Osborn (Hg.), Gardens Cities of To-Morrow (1965), Abingdon 2007.

Sennett, Richard: Die offene Stadt. Eine Ethik des Bauens und Bewohnens, München 2018.

Seidel, Sabine: Ernst Klett Verlag - Terrasse - Schulbücher, Lehrmaterialien und Lernmaterialien. In: Geographie Infothek, 24.07.2012, [online] <https://www.klett.de/alias/1004553> (Abruf: 24.01.2020).

Ikea - Neuer Slogan. In: moebelkultur.de, 21.08.2002, <https://www.moebelkultur.de/news/neuer-slogan/> (Abruf: 24.01.2020).

Rockefeller Foundation: Story of cities #32: Jane Jacobs v Robert Moses, battle of New York's urban titans. In: the Guardian, 03.02.2020, <https://www.theguardian.com/cities/2016/apr/28/story-cities-32-new-york-jane-jacobs-robert-moses#maincontent> (Abruf: 04.03.2020).

NINA POHLER

Was nicht passt, wird passend gemacht: Design und Unterdrückung*

* Die Autorin möchte sich bei Lisa Wiedemann für ihre hilfreichen Kommentare zu einer ersten Version dieses Textes bedanken.

In meiner Lieblingsbäckerei gibt es mindestens ein Dutzend verschiedene Sorten Brot und Gebäck, aus denen ich für das Frühstück auswählen kann. Aber mein Toaster, der kennt nur standardisiertes Toastbrot. Versuche ich ein Stück Brot, das nicht viereckig, quadratisch und ein Zentimeter dick ist, zu toasten, passt es nie so richtig hinein, und oft verbrennt dann eine Hälfte, während die andere noch kalt ist.

Was hier deutlich wird: Designer*innen treffen Entscheidungen, die auf das Leben von anderen Menschen Auswirkungen haben.¹ Designte Objekte unterstützen bestimmte Nutzungen und erschweren andere. Die in den Objekten eingeschriebenen Entscheidungen bestimmen oft nicht nur einen einzelnen Moment, sie breiten sich über Raum und Zeit aus. Diese Entscheidungen führen damit dazu, dass eine hypothetische Zukunft unbegrenzter Möglichkeiten eingeschränkt wird. Bei einem Toaster ist die im Design implizierte Einschränkung von Möglichkeiten noch relativ harmlos.² Gravierender wirkt sich z.B. die Entscheidung aus, einen Neubau ausschließlich für Kleinfamilien zu gestalten, sodass aufgrund der Zimmeraufteilung die Wohnungen ungeeignet für andere Varianten von Wohngemeinschaften sind. Die Einschränkung von Möglichkeiten ist eine Bedingung und Folge von Gestaltung. Wenn Designer*innen Objekte, Räume oder Situationen gestalten³, treffen sie immer Entscheidungen für etwas, die gleichzeitig Entscheidungen gegen etwas implizieren. Zugespitzt könnte man sagen: Designer*innen gestalten die Zukunft dadurch, dass sie diese einschränken.

Die Einschränkungen, die mit einer Entscheidung für etwas, und damit auch gegen etwas anderes verbunden sind, sind nicht immer und nicht aus jeder Perspektive problematisch. In Wien wurde z. B. gerade auf einer wichtigen Verkehrsachse ein neuer Fahrradweg gebaut (für Fahrräder), für den ein Parkstreifen entfernt werden musste (gegen Autos). Problematisch wird Gestaltung oft dann, wenn sie eine Spannung zwischen Standardisierung und Vielfalt herstellt oder nur unzureichend auflösen kann. So wie ein Toaster von der Vielfalt an möglichen Brotsorten absieht und nur für eine standardisierte Version von Brot gut funktioniert, können Gebäude, Fahrzeuge, Bahnhöfe, Straßen und öffentliche Räume in ihrer Gestaltung auf eine vereinheitlichte Vorstellung von Nutzer*innen ausgelegt sein. Diese Standardisierung schließt von der Norm abweichende Menschen partiell bis völlig aus. Aber auch körperlich gesunde, psychisch stabile, neurotypische Menschen, also diejenigen, die

1 Tatsächlich ist es im Fall des Toasters so, dass das standardisierte Toastbrot vor dem Toaster da war, sich allerdings erst nach der Verbreitung von Toastern durchgesetzt hat: <http://www.todayifoundout.com/index.php/2013/10/history-toast/> (Abruf: 14.01.2020).

2 Zumindest, solange der Toaster nicht in ein dystopisches Netz digitaler Überwachung eingebettet

ist, wie Cory Doctorow in seinem Roman »Wie man einen Toaster überlistet« beschreibt. (Vgl. Doctorow, Cory: Wie man einen Toaster überlistet, München 2019)

3 In diesem Beitrag wird ein sehr breiter Begriff von Design verwendet, der von Industrial-Design bis Social-Design oder Public Interest Design reicht.

noch am ehesten in der Lage sind, dem Ideal einer Standardnutzerin zu entsprechen, können sich von der Optimierung auf den kleinsten gemeinsamen Nenner unterdrückt fühlen.

In diesem Beitrag wird auf einen Modus der Unterdrückung fokussiert, der nicht nur in böswilliger oder »neokolonialer«⁴, sondern auch in gut gemeinter Gestaltung vorkommen kann. Die Konfliktlinie verläuft hier entlang der Möglichkeiten der Generalisierung von Partikularität. Diese Perspektive, in der der Widerspruch zwischen Optimierung für bestimmte Zwecke und Offenheit für Heterogenität eine Quelle für Unterdrückung darstellt, geht auf die Arbeit von Laurent Thévenot⁵ zurück. Unterdrückung kann verschiedenes meinen, in den meisten Fällen wird unter Unterdrückung die gewalttätige Durchsetzung von Interessen der Stärkeren verstanden. Designkritik kann dann, marxistisch inspiriert, Profitorientierung als Ausgangspunkt für Gestaltung kritisieren, da diese zu einer Masse an nicht nachhaltigen, unnötigen Produkten führt, deren Absicht die Generierung von Tauschwert und nicht Gebrauchswert ist. Eine damit kompatible, aber anders akzentuierte Kritik an Design sieht, analog zu Bourdieu, in Design symbolische Gewalt eingeschrieben.⁶ Design ist in dieser Sichtweise ein Mittel, über die Gestaltung und Standardisierung von Objekten, Gebäuden oder Situationen Klasseninteressen durchzusetzen. Aufrufe an Designer*innen, ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen, fokussieren dementsprechend auf die Notwendigkeit, nicht für Märkte, sondern für reale menschliche Bedürfnisse zu gestalten.⁷ Um Macht- und Wissensasymmetrien zwischen Designer*innen und Design-Betroffenen abzubauen, wird außerdem dazu aufgerufen, Zeit mit Betroffenen zu verbringen, ethnografisch zu arbeiten bzw. durch inklusive und partizipative Prozesse von einer Outsider- zu einer Insider-Perspektive zu gelangen.⁸

Der Begriff der Unterdrückung, um den es in diesem Beitrag geht, macht Widersprüche sichtbar, die sich auch durch die Fokussierung auf reale Bedürfnisse oder die Einnahme

4 Vgl. Janzer, Cinnamon L. / Weinstein, Lauren S.: Social design and neocolonialism. In: *Design and Culture* 6.3 (2014), S.327-343.

5 Vgl. Thévenot, Laurent: Power and oppression from the perspective of the sociology of engagements: a comparison with Bourdieu's and Dewey's critical approaches to practical activities. In: *Irish Journal of Sociology*, 19.1 (2011), S.35-67.

6 Vgl. Boehnert, Joanna / Elzenbaumer / Bianca / Onafuwa, Dimeji: Design as Symbolic Violence. Design for Social Justice. In: *RS2016, Design+ Research+ Society: Future Focused Thinking Conference Proceedings*, Brighton 2016, S.1-5.

7 Vgl. Papanek, Viktor: *Design for the real world: Human ecology and social change*, London 2009.

8 Vgl. Gregory, Siobhan: Design anthropology as social design process. In: *Journal of Business Anthropology* 7.2 (2018), S.210-234.; Janzer / Weinstein 2014; Krohn, Martin: Ist »Social Design« eine neue Designkategorie? In: Claudia Banz (Hg.), *Social design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft*. Bielefeld 2016, S.103-111.; Ventura, Jonathan und Bichard, Jo-Anne: Design anthropology or anthropological design? Towards »Social Design«. In: *International Journal of Design creativity and innovation* 5.3-4 (2017), S.222-234.

einer Insider-Perspektive nicht auflösen lassen. Bestehende Konzeptionen von Unterdrückung werden damit um eine Dimension erweitert, die für Design zentral ist: Die Abstraktion vom Besonderen, die Gestaltung für eine bestimmte, generalisierte Form der Nutzung ist eine notwendige Strategie für ein Design, das nicht nur für eine individuelle Person oder Situation, sondern für eine Vielzahl an Personen oder Situationen entwickelt wird.

Die impliziten Einschränkungen durch Standardisierung sind Herausforderungen, die in besonderer Weise Industrial-Design betreffen⁹, jedoch in jedem Designprozess zu Konflikten und Widersprüchen führen können. Aus der Sicht der industriellen Massenproduktion ist Standardisierung ein utilitaristisches Mittel, um den Nutzen zu maximieren und Kosten, aber auch Einschränkungen, zu minimieren: Das gestaltete Produkt soll für die größte Anzahl an Menschen die effizienteste Variante sein. Aus der Sichtweise von Menschen, die den Mindestanforderungen der Nutzer*in nicht genügen, wird durch diese Art der Optimierung aber eventuell ein zentrales, inkommensurables Gut zerstört – z. B. die Teilnahme am öffentlichen Leben. Konflikte, die ihren Ursprung in der Spannung zwischen Partikularität und Generalisierung haben, entstehen aber nicht nur im Extremfall industrieller Massenproduktion. Gestaltung entscheidet sich immer für ein bestimmtes Ausmaß an Generalisierung. Je »allgemeiner« ein Design ist, desto weniger ist es geeignet, partikuläre Ziele und Nutzungsmöglichkeiten zu beachten. Hingegen, je spezifischer ein Design auf eine bestimmte Zielgruppe ausgelegt ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eben nur diese bestimmte Zielgruppe, und nicht alle, davon profitieren. Wird dieses Dilemma betrachtet, dann werden unterschiedliche Arten der Unterdrückung sichtbar, die jeweils ihren Ursprung in der Frage haben, was durch die Entscheidung für Generalisierung oder Partikularität aufgegeben wurde.

Design impliziert immer die Frage nach »gutem« und »schlechtem« Design, es ist daher auch eine ethische und letzten Endes, politische Tätigkeit.¹⁰ Was überhaupt designt wird, welche Fragen und Probleme damit aufgegriffen werden, welches Wissen und welche Ressourcen in den Gestaltungsprozess einfließen, das alles beeinflusst die Verteilung von Handlungsmöglichkeiten und Handlungsmacht innerhalb unserer Gesellschaft. Damit geht eine gesellschaftliche Verantwortung einher. Designer*innen, die in soziale oder politische Bereiche intervenieren, unterliegen einer erhöhten Anforderung an den Grad der Selbstreflexion. Wenn Designer*innen zu einer besseren Gesellschaft beitragen möchten, müssen sie Terminologien und Methodologien entwickeln, die nicht nur erlauben darüber nachzudenken, was »gut« ist, sondern dabei helfen, verständlich zu machen, welche Einschränkungen selbst in einem guten Design impliziert sind. Design muss diskutieren können, welche Zwänge und Ausschlüsse akzeptabel, welche Kompromisse tolerierbar sind, und wann die Unterdrückung zu weit geht. Dadurch, dass jede gestalterische Entscheidung

9 Vgl. Papanek 2009, S. 220.

10 Vgl. Latour, Bruno: Ein vorsichtiger Prometheus? Einige Schritte hin zu einer Philosophie des Designs, unter besonderer Berücksichtigung von Peter

Sloterdijk. In: Marc Jongen / Sjoerd van Tuinen / Koenraad Hemelsoet (Hg.), Die Vermessung des Ungeheuren: Philosophie nach Peter Sloterdijk, München 2009, S. 357-374.

einen potenziellen Möglichkeitsraum verkleinert, kann immer gefragt werden, ob nicht genau wegen dieser Entscheidung etwas Wichtiges verloren geht, etwas Wesentliches übersehen worden ist. Vor diesem Dilemma gibt es kein Entkommen: Design funktioniert nur, weil und wenn es die Zukunft einschränkt. Indem Design immer auch Möglichkeiten ausschließt, ist es potenziell mit Unterdrückung verbunden.

Designer*innen müssen sich der damit verbundenen Verantwortung stellen, sie können dieser nicht entgehen, indem sie sich für das Beibehalten von Offenheit entscheiden, dafür, Situationen »nicht zu schließen«.¹¹ In Anlehnung an Paul Watzlawicks berühmten Aphorismus: Design kann sich nicht nicht entscheiden. Dieser Beitrag versucht nicht, die Widersprüchlichkeit gestalterischer Entscheidungen aufzulösen, sondern akzeptiert diese. Designer*innen müssen sich deshalb fragen, was es konkret bedeutet, sich für eine Perspektive, eine Wert- und Zielorientierung zu entscheiden. Ausgehend von der Annahme, dass Design sich oft einem Dilemma gegenübersteht, dessen Ausgangspunkt der Widerspruch zwischen Partikularität und Universalität ist, entwickelt dieser Beitrag Leitgedanken, die innerhalb dieses Dilemmas Orientierung bieten können. Für die Reflexion von Design, kann das Aufzeigen unvermeidlicher und wiederkehrender Widersprüche nutzbringender sein, als Idealvorstellungen in den Fokus zu rücken.¹² In diesem Sinne möchte dieser Text dazu beitragen »eine Übersicht oder zumindest eine Sicht der Schwierigkeiten anzubieten, in die wir uns jedes Mal verstricken, wenn wir die praktischen Details unserer materiellen Existenz verändern müssen«.¹³

Die unterschiedlichen Formen der Einschränkung und Ausgrenzung, die mit Designentscheidungen verknüpft sind, und die damit verbundenen Widersprüche werden anhand von konzeptionellen Werkzeugen analysiert, die auf Laurent Thévenot zurückgehen. Mit den »Grammatiken der Gemeinsamkeit«¹⁴ hat er einen theoretischen Rahmen entwickelt, der es erlaubt, zu verstehen, auf welchen gemeinsam geteilten Grundlagen, Menschen Gemeinschaft oder Kollektivität herstellen können. Die Grammatiken sind konzipiert, um die Herstellung und Koordination politischer Kollektive zu analysieren¹⁵, werden in diesem Beitrag aber herangezogen, um unterschiedliche Logiken von Kooperation in gestalterischen Pro-

11 Vgl. Delitz, Heike: Das »öffentliche Interesse«. Über das »Public« in Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.15-37.

12 Dieser Gedanke ist inspiriert von Nina Eliasophs (2016) klugen Essay über »The mantra of empowerment talk«. Vgl. Eliasoph, Nina: The mantra of empowerment talk: an essay. In: Journal of Civil Society, 12.3 (2016), S.247-265.

13 Latour 2009, S.370.

14 Vgl. Thévenot, Laurent: Making commonality in the plural, on the basis of binding engagements. In: Paul Dumouchel / Reiko Gotoh, (Hg.), Social Bonds as Freedom: Revisiting the Dichotomy of the Universal and the Particular. New York 2015, S.82-108.

15 Vgl. Thévenot, Laurent: Voicing concern and difference: from public spaces to common-places. In: European Journal of Cultural and Political Sociology 1.1 (2014), S.7-34.

zessen herauszustellen. Kooperation ist hier nicht nur im Sinne von partizipativem Design gemeint, sondern meint unterschiedliche Arten der direkten und indirekten Einbeziehung von Betroffenen und/oder externen Expert*innen.

Im Folgenden werden zuerst Thévenots Grammatiken der Gemeinsamkeit erklärt. Darauf aufbauend werden drei Logiken der Kooperation in Designprozessen unterschieden. Jede dieser Logiken ist mit jeweils spezifischen Formen der Exklusion und der Unterdrückung verbunden. Die damit verbundenen Widersprüche werden schließlich an Hand eines fiktiven Gestaltungsszenarios aufgezeigt.

Was muss geteilt werden, was darf sich unterscheiden? Die Grammatiken der Gemeinsamkeit

Die Grammatiken der Gemeinsamkeit gehen davon aus, dass Menschen auf unterschiedliche Arten in ihrer Umgebung engagiert sein können, es gibt eine Pluralität der Bezüge zur Welt, die sich jeweils durch ihren Realitätssinn und die verfolgten Güter unterscheiden. Das Wort »Gut« ist im Alltag stark mit einer Bedeutung assoziiert, die dem Gebrauch in den Wirtschaftswissenschaften entspricht, »Güter« sind etwas, das man besitzen und womit man handeln kann. Im Unterschied dazu bezeichnet Thévenot mit dem »Gut« das, was Menschen durch ihre Handlungen bzw. ihr Engagement erreichen oder beschützen wollen. Thévenots Begriff von »Gütern« umfasst damit die Bedeutungszuschreibungen von Begriffen wie Bedürfnisse, Anliegen und Interessen. Diese Begriffe, können je nach eingenommener Perspektive unterschiedlich differenziert werden.¹⁶ Bei Thévenot ist diese Unterscheidung abhängig davon, welche Beziehungen mit der sozio-materiellen Umwelt damit einhergehen. Von dem anvisierten Gut hängt ab, wie ich eine Situation einschätze und bewerte, welche Handlungen als rational, als richtig, aber auch als legitim gesehen werden. Thévenot unterscheidet grundsätzlich drei »Regime des Engagements«¹⁷, die von drei zentralen Gütern bestimmt werden: (1) Das Regime des Vertrauten, in dem Menschen innerhalb einer intim vertrauten Umwelt handeln, die sie fürsorglich beschützen. (2) Das Regime des planenden Handelns, in dem Menschen intentional-instrumentell handeln, um Pläne zu realisieren. (3) Das Regime rechtfertigungsfähigen Handelns, in dem Menschen durch ihr Engagement versuchen, ein Gemeinwohl zu realisieren. Die beiden letzteren Formen des Engagements entsprechen in etwa dem, was in Sozialtheorien oft als »privates, interessegeleitetes« und »öffentliches, gemeinwohlgeleitetes« Handeln beschrieben wird.

16 Vgl. Achatz, Johannes: Interessen, Werte und Konflikte. Ethik im Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.168-176.; Smolarski, Pierre: Ästhetik und Rhetorik des Alltags. Ein Versuch über Alltagsästhetik als Methode. In: Christoph Rodatz /

Ders. (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.176-200.

17 Vgl. Thévenot, Laurent: Pragmatic regimes governing the engagement with the world. In: Karin Knorr Cetina / Theodore R. Schatzki / Eike von Savigny (Hg.), The practice turn in contemporary theory, London 2005, S.64-82.

Der Begriff »Interesse« ist eng mit der Möglichkeit einer liberalen Öffentlichkeit verknüpft und wird bei Thévenot im Regime des planenden Handelns verortet, hingegen sind die Güter im Regime des Vertrauten mit intimen Beziehungen verbunden, die sich nur schwer gegenüber einer Öffentlichkeit kommunizieren lassen. Thévenot geht grundsätzlich nicht einfach von Interessen und Interessenunterschieden aus, sondern verweist darauf, dass Interessen immer schon Konstruktionen sind. Der Modus, in dem wir mit Menschen kommunizieren, die uns nicht nah und vertraut sind, verlangt, dass wir von intimen, persönlichen Erfahrungen, Wünschen und Abhängigkeiten abstrahieren und so unsere Anliegen in eine Form bringen, die anderen kommuniziert werden kann: »Die liberale Öffentlichkeit verlangt, dass die Person ihre persönlichsten Bindungen unterdrückt, um einen Zustand des Individuum-für-das-Öffentliche zu erreichen, in dem sämtliche Güter auf das Format einer Meinung oder individuell interessierten Präferenz reduziert werden«.¹⁸ Bei dieser »Übersetzung« kann vieles verloren gehen, was einer Person wichtig ist. Diese Form der Reduktion ist aber gleichzeitig notwendig, um einen öffentlichen Raum zu schaffen, in dem auch Menschen, die nicht eng miteinander vertraut sind, miteinander agieren können. Wenn Menschen Anliegen kommunizieren wollen, kann das auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen: Es kann um nahe, intime Anliegen wie die Zuneigung zu einem Menschen oder einem Ort gehen, aber auch um stark abstrakte und allgemeine Werte wie Effizienz oder Solidarität. Thévenot setzt Öffentlichkeit nicht als gegeben voraus, sondern stellt die Frage, wie persönliche Belange transformiert und übersetzt werden müssen, um sie mit anderen teilen zu können.

Die »Grammatiken der Gemeinsamkeit« gehen der Frage nach, wie ausgehend von unterschiedlichen Formen des Engagements mit der Welt Kommunikation und Koordination zwischen Menschen und ihrer Umwelt möglich ist. Basierend auf den Regimen des Engagements unterscheidet Thévenot drei Ebenen der Möglichkeit, Gemeinschaft herzustellen: das Teilen von [1] persönlicher Betroffenheit in der Grammatik persönlicher Verbundenheit zu Gemeinplätzen, [2] Interessen bzw. Objekten des Interesses in der liberalen Grammatik und [3] der Mitgliedschaft einer politischen Gemeinschaft in der Grammatik des Gemeinsamen im Plural. Wenn Menschen ihren Umgang miteinander darauf basieren, dass sie alle Menschen bzw. Staatsbürger*innen sind, nutzen sie Handlungs- und Entscheidungslogiken, die gemeinhin mit der Idee von »öffentlich«, bzw. »allgemein« assoziiert werden. Diese Logiken ändern sich, wenn Menschen als Vertreter*innen unterschiedlicher Interessen an einem Verhandlungstisch sitzen. Der Umgang ist wiederum anders, wenn die Verbindung von Menschen über geteilte persönliche Betroffenheit entsteht. Die Grammatiken dekonstruieren die Opposition privat/öffentlich und ersetzen sie mit der Frage, wie eine Komposi-

18 Thévenot, Laurent: Vielfältige Formen des Engagiertseins als Grundlage von Gemeinschaft und Persönlichkeit. Erweiterung einer pragmatisch-kritischen Soziologie in Anschluss an »De

la justification«. In: Stefan Nicolae / Martin Endreß / Oliver Berli / Daniel Bishur (Hg.), (Be) Werten. Beiträge zur sozialen Konstruktion von Wertigkeit Frankfurt 2018, S.81-113, S.96.

tion von Gemeinsamkeit auf Basis unterschiedlicher Logiken des Gemeinsamen und damit einhergehenden Kommunikationsformaten und Möglichkeiten der Integration von Partikularität funktionieren kann. Dadurch wird es auch möglich, Modi des Gemeinschaftlichen zu entdecken, die dem Blick einer simplen Gegenüberstellung von öffentlich/privat verborgen bleiben.¹⁹

Spezifisch an Thévenots Konzept von Gemeinschaftsbildung ist, dass sie nicht einfach nur dadurch definiert wird, dass Menschen etwas gemeinsam haben (etwa Werte), sondern vielmehr spezifiziert, welche Unterschiede und Differenzen die jeweilige Form der Gemeinschaft tolerieren kann. In der liberalen Grammatik können sich Autofahrer*innen und Fahrradfahrer*innen als Stakeholder gegenübersetzen und trotz konfligierender Interessen in Bezug auf den Straßenraum einen Kompromiss aushandeln. Die Situation ändert sich, sobald die Opposition nicht mehr als eine interessen geleitete gedacht wird und Fahrradfahrer*innen und Autofahrer*innen sich als Vertreter*innen unterschiedlicher Interpretationen des Gemeinwohls gegenübersetzen. Die Autofahrer*innen sind dann etwa nicht nur Menschen mit Interessen, die meinen entgegenstehen, sondern CO₂-Emittenten, die zur Klimakrise beitragen. Die Autofahrer*innen gefährden also das Gemeinwohl. Sobald die Situation nach einer Grammatik des Gemeinsamen im Plural bewertet wird, wird der Konflikt dramatischer. Die Diskussion ist noch einmal eine ganz andere, wenn persönliche Betroffenheit ins Spiel kommt, die Situation also innerhalb einer Grammatik der persönlichen Verbundenheit mit Gemeinplätzen bewertet wird, wenn z. B. ein Vater darüber spricht, dass seine Kinder bei einer Änderung der Verkehrssituation nicht mehr wie gewohnt im Freien spielen könnten. Aus der jeweiligen Grundlage der Konstruktion von Gemeinsamkeit ergibt sich immer auch die Grundlage für Ausschluss und Unterdrückung. In der Grammatik persönlicher Verbundenheit mit Gemeinplätzen kann eine Person, die keine intime Beziehung zu einem bestimmten Platz hat, zum Beispiel auch nicht mitreden. In der liberalen Grammatik hingegen werden Personen delegitimiert, die emotional und persönlich so stark involviert sind, dass sie keine rationalen, allgemein verständlichen Interessen formulieren können. In der Grammatik des Gemeinsamen im Plural sind nur diejenigen Personen legitim, die in der Lage sind, von ihren partikulären Interessen zu abstrahieren und das Gemeinwohl zu antizipieren.

Das Problem der Bildung von Gemeinsamkeit als das Problem der Abstraktion von Partikularität

Thévenots drei Grammatiken der Gemeinsamkeit können als eine Stufenfolge der Abstraktion oder Generalisierung von Personen und ihrer sozio-materiellen Umwelt gesehen werden:

In der ersten Stufe, der Grammatik persönlicher Verbundenheit mit Gemeinplätzen sind Menschen über Vertrautes miteinander verbunden. Gemein-Plätze können hier sowohl als

¹⁹ Vgl. ebd., S. 97.

tatsächliche Plätze gesehen werden, wie etwa ein Park, aber auch metaphorisch als »Allgemeinplätze«, wie etwa ein Lied, aber auch eine Fernsehserie oder eine Subkultur. Für Thévenot eignet sich ein Gemein-Platz

für zutiefst persönliche Investitionen, da die Protagonisten ein intensives Gefühl empfinden, wenn sie feststellen, dass ihre jeweils intimsten Bindungen sich entsprechen und zueinander passen und durch diese Gemeinplätze in Konsonanz treten. Ausgestattet mit einer materiellen Grundlage, die zur praktischen Kommunikation beiträgt, und einer kognitiven und konativen Erweiterung, die Sinn und Emotionen trägt, werden diese Plätze in investierten Räumen verankert oder der Literatur, der Poesie, der Musik, dem Film etc. entzogen²⁰.

Anders, als etwa Dating-Apps suggerieren, entsteht Verbundenheit weniger über »geteilte Interessen«, sondern dadurch, dass Erfahrungen und damit verbundene Emotionen geteilt werden, die Außenstehende nicht ohne Weiteres nachvollziehen können. Es macht z.B. einen Unterschied, ob zwei Menschen gerne joggen gehen (geteilte Interessen) oder zwei Menschen im selben Park joggen gehen. Nur eine Person, die meinen Park kennt, versteht auch seine Rhythmen über den Tagesverlauf, kann nachvollziehen, wieso ein bestimmter Weg sich unangenehm anfühlt oder dass eine bestimmte Gruppierung von Bäumen im Morgenlicht ganz anders erscheint als im Abendlicht. Eine Gemeinschaft, die durch geteilte Plätze verbunden ist, beruht auf einer authentischen Verbindung, auf einer persönlichen Investition in diese Gemein-Plätze. Menschen sind dann über das verbunden, was Bruno Latour »matters of concern« nennt²¹, »Dinge von Belang«, die uns angehen, die mit uns und anderen verwoben sind, und deswegen nicht als bloße Gegenstände behandelt werden können. Die intime geteilte Kenntnis von »matters of concern« ermöglicht es Menschen, nah miteinander zu kommunizieren. Gleichzeitig ist eine solche Gemeinschaft zwischen Menschen exkludierend, es ist schwer für »Neue« oder »Fremde« ein Teil davon zu werden.

In der zweiten Stufe der Abstraktion, der liberalen Grammatik, können Menschen über öffentlich kommunizierbare Interessen Verbindung herstellen und Kompromisse aushandeln. Im Unterschied zur ersten Stufe können hier nur Dinge kommuniziert werden, die auch Fremden verständlich gemacht werden können. Entsprechend erlaubt diese Grammatik auch sinnvolle Kommunikation und Koordination zwischen Menschen, die keine Gemein-Plätze teilen. Gleichzeitig ist diese Logik der Kommunikation mit einem Verlust persönlicher Betroffenheit verbunden, denn Anliegen müssen als eine Präferenz zwischen öffentlich verfügbaren Optionen kommuniziert werden. Verständigung braucht dann kein intim erworbenes Erfahrungswissen, da die vermittelten und vermittelbaren Informationen gewissermaßen standardisiert, öffentlich zugänglich und verständlich sind. Das ermöglicht, dass unterschiedliche, sich fremde Menschen zusammenkommen und sich im Hinblick auf

20 Ebd., S. 98.

21 Vgl. Latour, Bruno: Elend der Kritik: Vom Krieg um Fakten zu Dingen von Belang, Zürich 2007.

einen Plan, oder, wenn es Interessenskonflikte gibt, einen Kompromiss koordinieren können. Idealtypisch für diese Grammatik wären beispielsweise die sozialen Gefüge, die durch die gemeinsame Teilnahme an einem Markt entstehen.

In der dritten Stufe der Abstraktion, der Grammatik des Gemeinsamen im Plural, können in der Öffentlichkeit keine Partikularinteressen mehr als legitim vertreten werden, hier orientiert sich die Gemeinschaft an einem Allgemeinwohl. Von diesem Allgemeinwohl kann es theoretisch mehrere geben, die zueinander in Konflikt stehen.²² Ausschlaggebend ist, dass es hier nicht um Interessenkonflikte, sondern um unterschiedliche Vorstellungen vom Allgemeinwohl geht. Menschen können hier nur in ihrer Beziehung zur politischen Gemeinschaft und ihrer Beziehung zum Allgemeinwohl betrachtet werden. Dies ist die höchste Stufe der Abstraktion, die viel von Menschen abverlangt, da hier alle ›gleich‹ behandelt werden, auch wenn sie es nicht sind. Entscheidend sind nicht konkrete Menschen, sondern Abstraktionen, wie z. B. die Vorstellung von Staatsbürger*innen. Die Kommunikation in dieser Form der Gemeinschaft bedeutet, dass vieles aufgegeben werden muss, weil nur Belange, die mit einem Gemeinwohl verbunden sind, als legitim anerkannt werden können. Das zeigt sich z. B. an den Kämpfen von indigenen Völkern gegen große extraktivistische oder Infrastrukturprojekte, die ihren Lebensraum und traditionelle Lebensweisen zerstören und stets mit einem allgemeinen Interesse legitimiert werden.²³ Diese Stufe kann aufgrund des höchsten Abstraktionsgrades die meisten Unterschiede in eine Gemeinschaft integrieren, mit dieser Toleranz geht allerdings auch einher, dass diese Grammatik am wenigsten Rücksicht auf Partikularität und individuelle Unterschiede nehmen kann.

Thévenots drei Grammatiken helfen zu verstehen, wie die Unendlichkeit möglicher Unterschiede und Differenzen in konkreten kollektiven Aushandlungsprozessen und Gemeinschaftsbildungen gefiltert werden können. Jede der Grammatiken bestimmt, welche Differenzen relevant sind und welche darunter als legitim bzw. illegitim zu erachten sind. Die Frage, wie wir mit Pluralität und Differenz umgehen können und welche ethischen Fragen damit verbunden sind, ist auch für Design höchst relevant.

22 Vgl. Boltanski, Luc / Thévenot, Laurent: Über die Rechtfertigung: eine Soziologie der kritischen Urteilskraft, Hamburg 2014.

23 Im Kontext der Klimakrise verbreitet sich langsam die Erkenntnis, dass der Kampf für die Erhaltung von Ökosystemen und

Biodiversität keine Frage von Partikularinteressen, sondern auch der Kampf für ein Gemeinwohl ist. (Vgl. z. B. Etchart, Linda: The role of indigenous peoples in combating climate change. In: Palgrave Communications 3.1 (2017), S. 1-4)

Drei Kooperationslogiken und mit ihnen verbundene Dilemmata

Designer*innen, die den Anspruch haben soziale Realität [mit] zu gestalten, werden üblicherweise nicht nur auf ihr jeweiliges gestalterisches Wissen zurückgreifen, sondern auf unterschiedliche Art und Weise das Wissen, die Ansprüche und Vorstellungen der Menschen, deren soziale Realität gestaltet wird, einbinden. Die Ausgestaltung dieser Kooperation zwischen Designer*innen und Expert*innen und Design-Betroffenen kann sehr unterschiedlich ausfallen, je nach Kontext und Zielen des Designs. Analog zu Thévenots Grammatiken der Gemeinschaft lassen sich drei Logiken der Kooperation im Design unterscheiden [1] Kooperation mit dem Ziel eines Gemeinwohls, [2] Kooperation mit dem Ziel eines Interessenausgleichs zwischen unterschiedlichen Stakeholdern und [3] Kooperation mit dem Ziel, lokale Bindungen und Prozesse zu unterstützen. Diese unterscheiden sich jeweils durch die in ihnen implizierte Vorstellung von ›Betroffenen‹ und damit verbundenen Vorstellungen von einem wünschenswerten Ziel. Die Design-Betroffenen können auch hier in unterschiedlichen Abstraktionsgraden konzipiert werden, was zu unterschiedlichen Ein- und Ausgrenzungen führt. Spezifische Logiken der Kooperation generieren spezifische Einschränkungen und Ausschlüsse und damit verbundene Formen der Unterdrückung. Sie sind dadurch jeweils immer durch spezifische Dilemmata gekennzeichnet.

	Beteiligte	Informationsformat	Dilemmata
Kooperation, um lokale Bindungen und Prozesse zu unterstützen.	›Einheimische‹, persönlich Betroffene.	Lokales, intimes Wissen, in dem Fakten mit Relationen vermischt sind (›matters of concern‹).	Keine Toleranz für Unterschiedlichkeit, Fremdes. Keine Einbeziehung größerer Zusammenhänge und Beachtung des Gemeinwohls.
Kooperation, um Interessenausgleich zwischen Stakeholdern zu erreichen.	Vertreter*innen von Interessen.	Funktionales, formalisiertes Wissen.	Keine Sensibilität für unterschiedliche Grade der Möglichkeit, rational und ›öffentlich‹ zu agieren. Kompromiss zwischen Stakeholdern kann konträr zu Gemeinwohl sein.
Kooperation, um Gemeinwohl zu erreichen.	Qualifizierte Vertreter*innen des Gemeinwohls.	Qualifizierte Informationen, die von partikularen Interessen abstrahieren.	Keine Sensibilität für Bedürfnisse, die ›unter‹ öffentlich kommunizierbaren Interessen liegen. Gemeinwohl kann sich tyrannisch auf Minderheiten bzw. von der Norm Abweichende auswirken.

Tabelle 1: Kooperationslogiken

Die Kooperationslogiken sind als Idealtypen im Sinne von Max Weber zu verstehen: Indem sie »gedankliche Steigerung bestimmter Elemente der Wirklichkeit«²⁴ darstellen und zentrale Logiken der Handlung, Koordination und Bewertung betonen, ermöglichen sie es, unterschiedliche Situationen anhand einer heuristischen Konstruktion zu analysieren und zu verstehen. Inwiefern unterschiedliche Kooperationslogiken Kommunikation, Kooperation und Gestaltung mitprägen, wird dabei anhand von drei fiktiven Szenarien erörtert, in denen es um die Neugestaltung eines (desselben) urbanen Platzes geht. Um die Effekte und Auswirkungen der Kooperationslogiken klar herauszustellen, wird in der Erörterung von folgenden vereinfachenden Annahmen ausgegangen: Das Designer*innen-Team hat uneingeschränkt die Möglichkeit, die Gestaltung wie auch die Form der Kooperation zu wählen, es gibt weder finanzielle noch administrative noch politische Beschränkungen.

Kooperation mit dem Ziel, lokale Bindungen und Prozesse zu unterstützen

Eine Kooperation mit dem Ziel, lokale Bindungen und Prozesse zu unterstützen, setzt den Ausgangspunkt der Überlegung bei den Bedürfnissen und dem Wissen der Menschen an, die direkt betroffen sind. Die Kooperation fängt bei informellen Gesprächen mit Anrainer*innen an. Man macht sich gegenseitig bekannt, verbringt Zeit am Platz, beobachtet und plaudert. Schließlich werden alle Anrainer*innen in das Café am Eck zu einem Gespräch eingeladen.

Der Platz, der neu gestaltet werden soll, ist von Wohnhäusern eingerahmt, in denen viele unterschiedliche Menschen wohnen. Die Menschen, die in den Häusern wohnen, wohnen hier schon lange, einige kennen sich, andere nicht. In der Mitte des Platzes ist eine schöne Grünfläche, aber um die Grünfläche ist alles mit Autos zugeparkt. Die Autos gehören nicht einmal den Anrainer*innen, der Platz wird von Pendler*innen genutzt, die ihre Autos hier abstellen, wenn sie aus dem Umland in die Stadt fahren. Im Sommer spenden die drei Linden in der Mitte des Platzes Schatten. Jasmina und Susi, zwei Pensionist*innen stellen dann gerne ihre Strandstühle direkt in den Schatten der Bäume, während ihre Hunde auf der Grünfläche spielen. Gerald hat auch einen Hund, aber er findet es nicht gut, wenn alle ihre Hunde auf den Grünflächen laufen lassen, weil seine beiden kleinen Kinder Angst vor anderen Hunden haben. Martha würde ihre Tochter auch gerne auf der Grünfläche spielen lassen, fühlt sich aber von den Hunden verunsichert. Martha erhält viel Zustimmung von anderen Eltern mit kleinen Kindern. Herbert erwähnt, dass einige der Bordsteinkanten rund um den Platz so hoch sind, dass er Probleme mit seinem Rollator hat. Martha bekräftigt, dass die Bordsteinkanten auch für Kinderwagen ein Problem sind.

Die Sicht auf einen Platz, die durch Gespräche mit Anrainer*innen geliefert wird, führt nicht nur dazu, dass wir lokales Wissen und Erfahrungswissen erhalten, wir erhalten Einblicke

24 Weber, Max: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen 1922, S. 190.

in bestimmte soziale Beziehungen und ihre Potenziale für Gemeinschaftlichkeit, aber auch Konflikte. Beides, Erfahrungswissen und Wissen über das soziale Gefüge, kann für die Neugestaltung des Platzes genutzt werden. Dementsprechend wird eine Parkverbotszone um den Platz eingeführt und dort, wo eine Straße überquert werden muss, werden die Bordsteinkanten abgesenkt. Es wird ein gemeinsames Treffen von Hundebesitzer*innen und Eltern abgehalten, um eine Hundezone und einen Kinderspielplatz auf der Grünfläche zu planen. Ein solches Treffen kann zu einem gemeinsamen Ergebnis kommen, weil viele Eltern und Hundebesitzer*innen sich kennen oder beide Rollen in Personalunion ausüben. Ihre persönliche Investition in die Gruppe der Hundebesitzer*innen wie auch die Gruppe der Eltern gibt manchen Menschen die notwendige Legitimation, um als Vermittler*innen mit allen gemeinsam über »ihren« Platz zu sprechen. Auch das Ausruhen unter den drei Linden wird mitgedacht, dort werden bequeme Bänke gebaut, damit Susi und Jasmina nicht immer ihre Stühle nach unten tragen müssen.

Jede Form der Kooperation ist auch mit spezifischen Ausschlussmechanismen und Einschränkungen verbunden. Eine Kooperation mit dem Ziel, lokale Bindungen und Prozesse zu unterstützen, hat mit folgenden Dilemmata zu kämpfen: Ein Platz, der spezifisch für eine bestimmte Gruppe von Menschen gestaltet wurde, lässt in der Zukunft nicht mehr viel Platz für andere oder Andersartigkeit. Eine Kooperation, die sich ganz nach konkreten, spezifischen Bedürfnissen richtet, läuft immer Gefahr, in dieser Fokussierung so weit zu gehen, dass alle, die gerade [noch] nicht da sind, auch in Zukunft nicht kommen werden. Die Menschen, die weniger in den Platz involviert sind, wie die Anrainer*innen, verlieren hier ihre Stimme, obwohl sie, wenn auch in abgeschwächter Form, ebenfalls von Änderungen des Platzes betroffen sind. Eine ausschließliche Fokussierung auf lokale Bindungen und Logiken ist gefährlich, wenn sie zu Essentialismus führt, wenn Menschen, einfach nur, weil sie schon lange da waren, ein »natürliches« Anrecht auf ihren Platz haben. Eine Eingengung der wünschenswerten Ziele auf lokale führt außerdem schnell dazu, dass der größere Zusammenhang des Platzes aus dem Blickfeld gerät.

Kooperation mit dem Ziel eines Interessenausgleichs zwischen unterschiedlichen Stakeholdern

Eine Kooperation, die davon ausgeht, dass es, wenn es um öffentlichen Stadtraum geht, um die Aushandlung unterschiedlicher Interessen geht, überlegt zunächst, welche Stakeholder es in Bezug auf den Platz gibt. Die Anrainer*innen gehören hier dazu, aber auch die Stadtverwaltung, die lokalen öffentlichen Verkehrsbetriebe, die lokalen Sozialarbeiter*innen, die IG Auto, die IG Fahrrad, die IG Gewerbe. Von allen Interessengemeinschaften werden Vertreter*innen in das Bezirksamt eingeladen, um die Neugestaltung des Platzes zu besprechen.

Der Platz befindet sich nah an einem wichtigen öffentlichen Verkehrsknotenpunkt am Eingang zur Stadt. Viele Menschen, die im Umland wohnen, aber in der Stadt arbeiten, stellen hier ihr Auto ab. Die Vertreterin der Stadtverwaltung freut sich darüber, dass die Pendler*innen den öffentlichen Verkehr nutzen, und erklärt die Notwendigkeit von Park-

plätzen am Eingang der Stadt. Herbert und Martha, die Vertreter*innen der Anrainer*innen sagen, der Platz verliert so an Nutzwert für die umliegenden Bewohner*innen. Könnten die Verkehrsbetriebe nicht ein Parkhaus bauen, irgendwo anders? Der Vertreter der Verkehrsbetriebe präsentiert eine von den Verkehrsbetrieben in Auftrag gegebene Studie, die belegt, dass der Bau eines Parkhauses sie in den wirtschaftlichen Ruin stürzen würde. Die Vertreterin der Gewerbetreibenden meldet sich zu Wort: Die Gewerbetreibenden finden es gut, dass am Platz geparkt wird, weil die Pendler*innen auf dem Weg von der S-Bahn zum Auto oft noch ihre Einkäufe erledigen. Sie präsentiert eine von der IG Gewerbetreibende in Auftrag gegebene Studie, die belegt, dass ein Rückgang der Parkmöglichkeiten hohe finanzielle Einbußen für die lokalen Gewerbetreibenden bedeuten würde. Herbert und Martha verstummen. Die Vertreterin der IG Fahrrad hätte gerne, dass eine Zufahrtsstraße, die am Platz vorbeiführt und mit Kopfsteinen gepflastert ist, begradigt wird, und dass dort ein Radweg entsteht. Die Vertreterin der IG Autofahrer findet einen moderneren Straßenbelag gut, bezweifelt aber, dass auf der Straße ausreichend Platz für einen Fahrradstreifen wäre. Herbert wirft ein, dass es vielleicht gut wäre, eine eingezäunte Hundezone am Platz zu errichten, damit die Hunde nicht überall hinlaufen und hinscheißen. Alle lachen peinlich berührt, dann wird das Thema gewechselt. Der Vertreter der lokalen Sozialarbeiter*innen erzählt, dass die Anzahl der Klient*innen gestiegen ist und dringend ein gut erreichbares Erdgeschosslokal benötigt wird. Martha macht sich Sorgen, dass die Klient*innen der Sozialarbeiter*innen ihre kleinen Kinder verstören würden.

Die Sicht auf einen Platz, die durch einen Stakeholder-Einbindungsprozess erreicht wird, führt dazu, dass das erhobene Wissen abstrakter, gleichzeitig aber auch breitgefächerter wird. Die Perspektive auf den Platz verändert sich, er ist jetzt nicht mehr nur der Mittelpunkt einer Nachbarschaft, sondern auch an einem Verkehrsknotenpunkt gelegen. An den Platz sind unterschiedliche Interessen und Ansprüche geknüpft, die nicht allesamt durch Vertrautheit und Nähe legitimiert sind. Gewerbetreibende, die nicht einmal direkt am Platz liegen, sondern in seinem Einzugsgebiet, haben genauso Ansprüche wie Pendler*innen, die jetzt nicht mehr nur unbestimmte Fremde sind, sondern Menschen, die in der Stadt arbeiten. Dadurch, dass das Gespräch kein Nachbarschaftsgespräch ist, sondern in einem formalen Setting im Bezirksamt stattfindet; dadurch, dass nicht nur die Anrainer*innen, sondern die professionellen Vertreter*innen diverser Interessengemeinschaften eingebunden sind, ist auch der Ton anders. Andere Dinge sind jetzt sagbar und unsagbar. Niemand erfährt von Jasminas und Susis Sommern unter den Linden, niemand denkt über die Stelle mit der hohen Bordsteinkante nach. Herbert hat sich in diesem formalen Setting nicht getraut, über seinen Rollator zu sprechen. In diesem Szenario wird zwar auch eine Hundezone eingerichtet, vermutlich ist das aber mit mehr Konflikten verbunden als im ersten Szenario. Vermutlich wird der Platz nicht zu einer Parkverbotszone, aber eventuell bekommen die Sozialarbeiter*innen ein Erdgeschosslokal.

Eine Kooperation, die einen Interessenausgleich zwischen unterschiedlichen Stakeholdern als Ziel hat, sieht sich mit folgenden Dilemmata konfrontiert: In einem Stakeholder-Pro-

zess gibt es wenig Verständnis für persönliche Betroffenheit und intime Abhängigkeiten, die sich nicht einfach öffentlich kommunizieren lassen. Die beteiligten Akteure werden als gleichwertige Vertreter*innen von unterschiedlichen Interessen gesehen. So wird schnell übersehen, dass verschiedene Menschen unterschiedliche Fähigkeiten der Kommunikation und unterschiedliche Machtressourcen haben. Dinge, die sich mittels formalisierter Information belegen lassen, erhalten mehr Gewicht, als die lediglich biografischen Geschichten von Anrainer*innen. Das führt dazu, dass Interessen, die sich mit Zahlen begründen lassen, als legitimer erscheinen, als Bedürfnisse, die aufgrund ihrer Verwobenheit mit intimen Verbindungen weniger schnell kommunizierbar sind.

Ist das Interesse der Gewerbetreibenden keine Umsatzverluste zu machen, aber gleichbedeutend mit dem der Anrainer*innen und ihrer Kinder ›ihren‹ Platz ungestört nutzen zu können? Ist der Bedarf der Sozialarbeiter*innen nach einem gut gelegenen Raum legitimer als die Angst von Martha, ihre Kinder könnten sich durch die Klient*innen verunsichert fühlen? Was ist mit den Interessenskonflikten zwischen Hundebesitzer*innen und Eltern? Der Fokus auf Interessensgruppen versperrt darüber hinaus die Perspektive auf ein über Einzelinteressen hinausgehendes Gemeinwohl: Inwiefern betrifft der Platz das Interesse der gesamten Stadt und was ergibt sich daraus?

Kooperation mit dem Ziel eines Gemeinwohls

Wenn eine Kooperation das Ziel hat, ein Gemeinwohl zu unterstützen, ist zunächst wesentlich, von welcher Idee von Gemeinwohl ausgegangen wird und wer die Vertreter*innen dieses Gemeinwohls sind. Im Normalfall werden hier die einflussreichsten und mächtigsten Ideen von Gemeinwohl und damit verbundene Akteur*innen einbezogen, diejenigen, die öffentliche Legitimität für sich beanspruchen können. Wer diese Akteur*innen sind, ist kontext- und situationsabhängig. Da es um die Gestaltung eines öffentlichen Platzes geht, wird die Stadtregierung und ihre Verwaltung gefragt. In dieser Verwaltung sitzen Menschen, die aufgrund ihrer Qualifikationen und Funktionen für sich beanspruchen können, für eine Allgemeinheit zu sprechen.

Die Designer*innen fangen deshalb damit an, die Strategiepapiere und Masterpläne zu lesen, in denen die Stadtverwaltung ausgearbeitet hat, wie die Stadt sich in Zukunft entwickeln soll. Nach dieser ersten Phase führen die Designer*innen Expert*innen-Interviews mit den Leiter*innen unterschiedlicher Abteilungen, die für Städtebau, öffentlichen Raum oder Mobilität zuständig sind. Aufgrund der Papiere und der Interviews wird ein Konzept entwickelt und im Bezirksamt vor Vertreter*innen der Verwaltung präsentiert.

Wenn in diesem Szenario in der Stadt ein Platz neugestaltet werden soll, ist das wichtigste, worauf zu achten ist, dass in der Gestaltung des Platzes die langfristigen Strategien für Verkehr und Mobilität, aber auch öffentlichen Raum und lokale Ökonomien beachtet werden. Der Platz befindet sich an einem öffentlichen Verkehrsknotenpunkt am Eingang der Stadt und wird von vielen Pendler*innen zum Parken benutzt. In der Zukunft soll der Autoverkehr drastisch reduziert werden und eine City-Maut eingeführt werden. Dadurch wird am Eingang zur Stadt ein erhöhter Bedarf nach Parkmöglichkeiten entstehen. Der

Platz befindet sich in einem Gebiet, in dem es viel wertvollen Baumbestand und eine überdurchschnittliche Dichte an Grün- und Wasserflächen gibt. Im Vergleich dazu ist die Grünfläche am Platz relativ klein, ebenso wie der Baumbestand von lediglich drei Linden. Alles spricht dafür, dass der Eingang zum Platz verbreitert wird und eine unterirdische Parkgarage gebaut wird. Über der Garage wird ein Gewerbegebäude errichtet, in dem ein Landwirtschaftsbetriebszusammenschluss aus dem Umland lokal und ökologisch produziertes Obst und Gemüse anbieten kann.

Dieser Prozess fokussiert auf die Erreichung von einem Gemeinwohl, das mit dem Wohl der gesamten Stadt in einer klimagerechten Zukunft gleichgesetzt wird. Die hier relevante Perspektive ist eine, die quasi ›von oben‹ auf den Platz sieht. Dadurch hat sich seine Natur noch einmal verändert, seine Verflechtungen wurden erweitert. Der Platz ist keine eigene, abgeschlossene Welt mehr, sondern Teil einer großen Stadt. Deswegen erscheint es jetzt legitim, die aus der Perspektive der Gesamt-Stadt vernachlässigbaren Grünflächen zu zerstören. Im Vergleich zum beeindruckenden Baumbestand der Umgebung machen die drei Linden nicht viel aus. Dazu kommt, dass das Ziel einer autofreien Innenstadt wichtiger ist, als die Interessen von ›Not in my backyard‹ Anrainer*innen. Über die Perspektive der Stadtverwaltung erscheint mit der Stärkung der regionalen ökologischen Landwirtschaft noch ein weiterer, bislang unbeachteter Aspekt in der Gestaltungsplanung.

Eine Kooperation mit dem Fokus auf das Gemeinwohl ist mit folgenden Dilemmata konfrontiert: Das Gemeinwohl ist stets eine soziale Konstruktion, und es kann innerhalb einer Gesellschaft unterschiedliche, konfligierende Vorstellungen vom Gemeinwohl geben. Im Fall des Platzes stimmen die Designer*innen mit der Stadtregierung und ihrer Verwaltung überein. Was aber, wenn eine Regierung eine Vorstellung vom Wohl der gesamten Stadt vertritt, die rassistisch ist, oder die Aufwertung des Stadtteils forciert? Und selbst die beste ›öffentliche Hand‹ ist immer in Gefahr aufgrund der Zwänge, die ein öffentlicher Diskurs auferlegt, alles was nicht »allgemein« ist, alles was besonders, spezifisch oder lokal ist, entweder zu übersehen oder als Partikularinteresse zu missachten. Universale Ziele können beim Aushandeln von partikulären Interessen hinderlich sein und das Insistieren auf sie kann sich tyrannisch auf Minderheiten und lokale Verbindungen auswirken.

Fazit

Designer*innen mit sozialem gestalterischen Anspruch üben eine genuin politische Tätigkeit aus und tragen entsprechend Verantwortung. Da Design dadurch gekennzeichnet ist, dass es Entscheidungen treffen muss, die die Zukunft einschränken, kann es dieser Verantwortung nicht entgehen. Die immerwährende Spannung zwischen dem, was hätte sein können, und dem, wofür eine Entscheidung getroffen wurde, kann in gestalterischen Prozessen zu Widersprüchlichkeiten und Widerspruch führen. Design kann auf unterschiedlichen Ebenen Schaden anrichten, kann z.B. mächtige Interessen gegenüber Schwächeren durchsetzen oder zu schädlichem Verhalten veranlassen. Der Fokus dieses Beitrags

richtete sich auf eine andere, spezifische Unterdrückung durch Design, deren Grundlage das Problem von Partikularität und Generalisierung ist. Aufbauend auf der Arbeit von Laurent Thévenot wurden drei Idealtypen von Kooperationslogiken entwickelt. Diese Kooperationslogiken beschreiben, auf welche Art und Weise Designer*innen die Erfahrung und das Wissen von Anderen in ihre Gestaltung einfließen lassen können und mit welchen Zielen dies jeweils verbunden ist. Dabei ist jede Kooperationslogik mit spezifischen Dilemmata konfrontiert.

Wenn Designer*innen dem Imperativ, Entscheidungen zu treffen, nicht entgehen können und mit jeder Entscheidung berechtigte Zweifel verbunden sind, wie können sie dann die ›richtige‹ Entscheidung treffen? Wie in diesem Beitrag gezeigt, eignen sich unterschiedliche Logiken der Kooperation besser für die Erreichung bestimmter Ziele als andere. Welche Vorstellung von Zielen und Betroffenen der Gestaltung vorherrscht, ist eine Entscheidung, die Designer*innen bewusst treffen können. Hierfür ist es wichtig zu verstehen, dass jede Entscheidung mit jeweils spezifischen Dilemmata verbunden ist. Diese Dilemmata können nicht gänzlich aufgelöst werden, da die Durchsetzung eines Gutes immer auch mit einer zumindest partiellen Unterdrückung eines anderen Gutes verbunden ist. Ausgehend von der Unterscheidung der drei Kooperationslogiken kann Unterdrückung immer dann konstatiert werden, wenn eine Kooperationslogik starrsinnig durchgesetzt wird, ohne die Notwendigkeit und Berechtigung anderer Logiken zu reflektieren. Eine Reflexion der Logiken des Kooperations- und Gestaltungsprozesses in Verbindung mit situationsspezifischen Erwägungen können Designer*innen dabei helfen, den Schaden zu minimieren.

Literatur

- Achatz, Johannes: Interessen, Werte und Konflikte. Ethik im Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.168-176.
- Boehnert, Joanna / Elzenbaumer / Bianca / Onafuwa, Dimeji: Design as Symbolic Violence. Design for Social Justice. In: RS2016, Design+ Research+ Society: Future Focused Thinking Conference Proceedings, Brighton 2016, S.1-5.
- Boltanski, Luc / Thévenot, Laurent: Über die Rechtfertigung: eine Soziologie der kritischen Urteilskraft, Hamburg 2014.
- Delitz, Heike: Das >öffentliche Interesse<. Über das >Public< in Public Interest Design. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.15-37.
- Doctorow, Cory: Wie man einen Toaster überlistet. München 2019.
- Eliasoph, Nina: The mantra of empowerment talk: an essay. In: Journal of Civil Society, 12.3 (2016), S.247-265.
- Etchart, Linda: The role of indigenous peoples in combating climate change. In: Palgrave Communications 3.1 (2017), S.1-4.
- Gregory, Siobhan: Design anthropology as social design process. In: Journal of Business Anthropology 7.2 (2018), S.210-234.
- Janzer, Cinnamon L., / Weinstein, Lauren S.: Social design and neocolonialism. In: Design and Culture 6.3 (2014), S.327-343.
- Krohn, Martin: Ist »Social Design« eine neue Designkategorie? In: Claudia Banz (Hg.), Social design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016, S.103-111.
- Latour, Bruno: Elend der Kritik: Vom Krieg um Fakten zu Dingen von Belang. Zürich 2007.
- Latour, Bruno: Ein vorsichtiger Prometheus?: Einige Schritte hin zu einer Philosophie des Designs, unter besonderer Berücksichtigung von Peter Sloterdijk. In: Marc Jongen / Sjoerd van Tuinen / Koenraad Hemelsoet (Hg.), Die Vermessung des Ungeheuren: Philosophie nach Peter Sloterdijk, München 2009, S.357-374.
- Papaneck, Viktor: Design for the real world: Human ecology and social change, London 2009.
- Smolarski, Pierre: Ästhetik und Rhetorik des Alltags. Ein Versuch über Alltagsästhetik als Methode. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design?, Bielefeld 2018, S.176-200.
- Thévenot, Laurent: Pragmatic regimes governing the engagement with the world. In: Karin Knorr-Cetina / Theodore R. Schatzki / Eike Von Savigny (Hg.), The practice turn in contemporary theory, London 2005, S.64-82.
- Thévenot, Laurent: Power and oppression from the perspective of the sociology of engagements: a comparison with Bourdieu's and Dewey's critical approaches to practical activities. In: Irish Journal of Sociology, 19.1 (2011), S.35-67.

Thévenot, Laurent: Voicing concern and difference: from public spaces to common-places. In: European Journal of Cultural and Political Sociology 1.1 (2014), S.7-34.

Thévenot, Laurent: Making commonality in the plural, on the basis of binding engagements. In: Paul Dumouchel / Reiko Gotoh (Hg.), Social Bonds as Freedom: Revisiting the Dichotomy of the Universal and the Particular. New York 2015, S.82-108.

Thévenot, Laurent: Vielfältige Formen des Engagiertseins als Grundlage von Gemeinschaft und Persönlichkeit. Erweiterung einer pragmatisch-kritischen Soziologie in Anschluss an »De la justification«. In: Stefan Nicolae / Martin Endreß / Oliver Berli / Daniel Bischur (Hg.), (Be)Werten. Beiträge zur sozialen Konstruktion von Wertigkeit. Frankfurt 2018, S.81-113.

Ventura, Jonathan und Bichard, Jo-Anne: Design anthropology or anthropological design? Towards »Social Design«. In: International Journal of Design creativity and innovation 5.3-4 (2017), S.222-234.

Weber, Max: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 1922.

CHRISTOPH RODATZ

Die Inszenierung demokratischer Erlebnisse

**Simulation partizipativer
Prozesse**

1. Die Komplexität demokratischer Partizipation

Unsere heutige Demokratie, wie sie in Mitteleuropa gültig ist, stellt eine enorme Offenheit und Vielzahl an Möglichkeiten bereit, sich zu beteiligen, in politische und administrative Prozesse als Bürger:in eingreifen zu können und sich als autonomes und souveränes Subjekt zu verstehen. Allein die Tatsache, dass es uns möglich ist, freitags der Schule eine Demo vorzuziehen für die Zukunft und gegen die Klimapolitik; dass es uns möglich ist, Wälder zu belagern und vor der Abholzung zu bewahren; dass es uns möglich ist, gegen die Covid-19-Politik der Regierung auf die Straße zu gehen oder der Unzufriedenheit auf Montagsdemonstrationen durch Pegida Ausdruck zu geben, macht deutlich in welch freiheitlichen und offenen Verhältnissen wir gesellschaftlich und politisch leben. Eine Politik von *unten* scheint – zumindest für einen Teil unserer Bevölkerung – fest in unser politisches und gesellschaftliches Selbstverständnis implementiert zu sein. Dieses Unten wird ferner von *oben* gefördert, eingefordert und initiiert. Fördermittel für bürgerschaftliches Engagement, Quartiersarbeit oder von Initiativen lancierte Aktivitäten zeigen dies genauso auf, wie die administrative Implementierung partizipativer Prozessbegleitungen bei insbesondere kommunalen Großprojekten. Diesem Narrativ engagierter Bürger:innen, die Hand in Hand mit öffentlichen Institutionen an der Transformation hin zu einer *besseren Welt* arbeiten, steht ein anderes gegenüber: das eines Subjekts, das sich ins Private zurückzieht, auf Individualisierung und Flexibilität ausgerichtet ist und entweder unpolitisch, resigniert oder im Extremfall *Wutbürger:in* ist und sich dabei vor allem für die eigenen Interessen zu engagieren scheint.

Ingolfur Blühdorn hat 2013 in seinem Buch *Simulative Demokratie*¹ eine Analyse unserer heutigen Gesellschaft und des politischen Handelns darin vorgelegt, in der er diese Breite und auf den ersten Blick widersprüchlich wirkenden Entwicklungen miteinander in Verbindung setzt. Hierbei ist eine seiner zentralen Thesen, dass in konsumbasierten Demokratien ein postdemokratisches Paradox vorherrscht, bei dem die Bürger:innen sich einerseits als autonomes und souveränes Subjekt aus- und erleben wollen, gleichzeitig aber in einer Welt leben, in der Werte vorherrschen, die mit diesem Anspruch nicht immer kompatibel sind. Daher, so seine These, werden Simulationen erschaffen, in denen Ereignisse inszeniert werden, die es uns ermöglichen, uns als eben diese autonomen und souveränen Subjekte zu erleben, ohne dabei unsere Gewohnheiten aufgeben zu müssen. Zugleich macht er diese Simulationen verantwortlich dafür, dass trotz eines Willens zur Transformation, diese an sich gar nicht ernsthaft angegangen und damit eine breit aufgestellte, von Bürger:innen und der politisch-administrativen Ebene getragene »Politik der Nicht-Nachhaltigkeit«² betrieben wird. Das wiederum bedeutet, dass eigentlich akute soziale und ökologische Konflikte nicht nachhaltig angegangen, sondern lediglich durch Simulationen befriedet werden, im Sinne einer Konfliktvermeidung, eines Ruhigstellens und Vertagens.

1 Vgl. Blühdorn, Ingolfur: *Simulative Demokratie. Neue Politik nach der Postdemokratischen Wende*, Frankfurt am Main 2013.

2 Ebd., S.46 oder S.258 ff.

Blühdorns Ansatz interessiert mich deshalb, weil ich darin Aspekte meiner zwei Standbeine wiederfinde: Ich als Theaterwissenschaftler, der sich auch für Fragen der Inszenierung des Alltags und des Politischen interessiert, kann direkt an Blühdorns Demokratietheorie anknüpfen; ich als jemand, der sich mit *Public Interest Design* in Praxis und Theorie auseinandersetzt, erlebe, dass sich Designer:innen aus den Bereichen des Transformation-, Social-, Civic- oder eben Public Interest Designs an der Herstellung der von Blühdorn beschriebenen Inszenierungen und Simulationen als Gestaltende beteiligen. Spitzt man das nun zu, heißt es in Anlehnung an Blühdorns Beobachtungen, dass Designer:innen aktiv an einer Politik der Nicht-Nachhaltigkeit mitwirken, weil sie an den Inszenierungen innerhalb der simulativen Demokratie beteiligt sind und damit ein Erleben demokratischer Werte von Autonomie und Souveränität ermöglichen und zur Befriedung eigentlich akuter Konflikte beitragen. Davon abgeleitet stellt sich für mich die Frage, welche Rolle Inszenierung am Erleben in simulativer Demokratie eigentlich spielt und – in Anlehnung an den Titel dieses Bandes – wie dabei Designer:innen an einer *Maximierung des Schadens* beteiligt sind?

Anders als die zweite Frage und die kurzen Ausführungen dazu vermuten lassen, geht es mir in diesem Text nicht darum, den konkreten Schaden zu ermitteln, den Designer:innen durch ihr Handeln erzeugen oder gar Handlungsanweisungen zu geben, wie ein solcher vermeintlich verhindert werden kann. Vielmehr will ich mich an der Einführung dieses Sammelbandes orientieren, dass nämlich hinter der Frage, wie der Schaden maximiert werden kann, auch die Frage steckt, mit welcher Komplexität wir es eigentlich zu tun haben, wenn wir inszenierend in diese Welt eingreifen, und warum ein Handeln in guter Absicht immer auch Schaden erzeugt? An Blühdorns Demokratietheorie lässt sich das aus meiner Sicht gerade für Designer:innen sehr gut nachzeichnen. Er legt eine Analyse der aktuellen gesellschaftlichen und demokratischen Verfasstheit vor, die sich stark auf Inszenierungen stützt, ohne dass er Vorschläge für alternative und lösungsorientierte Handlungsmöglichkeiten darlegt. Sprich: Blühdorn bereitet denen, die seiner Theorie folgen und aktiv den Möglichkeitsraum einer nachhaltigen sozialen und ökologischen Transformation erkunden wollen, das komplexe Feld einer vorherrschenden Gemengelage, in das sich jede:r beliebig breit und tief hineinbegeben kann. Die vermutlich große Frage ist: Lähmt das oder regt das dazu an, neue und andere gestalterische Handlungsstrategien davon abzuleiten und anzugehen? Mit Sicherheit lässt die Auseinandersetzung mit ihm keine naive Herangehensweise mehr zu und führt im Ideal dazu, dass eine Bewusstheit für den angerichteten Schaden vorliegt und sich eine eigene politische Haltung herausbildet.

Insofern verfolge ich das Ziel, die Theorie Blühdorns mit dem Fokus auf designerische Tätigkeiten abzugleichen und eine Bewusstheit für die darin verankerten und damit verbundenen Herausforderungen zu schaffen. Das will ich am Beispiel der Begriffe Inszenierung und Erleben machen – beides zentrale von Blühdorn benannte Aspekte simulativer Strategien – und diese mit dem Fokus auf die *Neue Ästhetik* von Gernot Böhme vorstellen, in der Inszenierung als Mittel für eine *Ästhetisierung des Realen* eingeführt wird, das ein auf Befindlichkeit ausgerichtetes Erleben ermöglicht. Dabei dient mir Böhmes Ansatz als Brücke zwischen Blühdorn und Designer:innen, weil er in seiner neuen Ästhetik die Relevanz von durch ästhetische Arbeiter:innen – wie Designer:innen – erzeugten Inszenierungen

herausarbeitet, die als Mittel herangezogen werden, in unseren Alltag und in unsere Wahrnehmung einzugreifen: Designer:innen inszenieren und arbeiten mit an einem absichtsvollen und intendierten Erleben, auch im Bereich politischen Erlebens.

2. Demokratie durch Inszenierung erleben

2.1 Blühdorns *Simulative Demokratie* und ihre Inszenierung

Beginnen wir mit Ingolfur Blühdorns Demokratietheorie, die er seit Anfang der 2000er Jahre entwickelt, in vielfältigen Aufsätzen vorgestellt und in seinem 2013 erschienenem Buch *Simulative Demokratie* umfangreich dargelegt hat. Er stellt darin eine Theorie vor, in deren Zentrum der Simulationsbegriff steht, den er deutlich an Jean Baudrillard und dessen Simulationstheorie – die ich später noch einführen werde – anbindet. Dabei will ich mich im Rahmen dieses Beitrags auf einen kleinen Ausschnitt seiner Theorie beziehen, nämlich die These, dass in gegenwärtigen Konsumdemokratien Partizipation inszeniert wird, um gültige, aber eigentlich überholte demokratische Normen erlebbar zu machen. In den Worten von Blühdorn:

Die simulative Demokratie schafft Erlebnis- und Handlungsräume, in denen Individuen, kollektive Akteure und die Gesellschaft insgesamt sich als etwas darstellen und erfahren können – eben als autonome bzw. souveräne Subjekte –, wovon sie sich [...] eigentlich befreit haben, was sie aber doch auch vehementer denn je einfordern.³

Blühdorns Theorie ist vielschichtig und obwohl sie in erster Linie eine politische Theorie ist, will ich auf Aspekte des Erlebens und Inszenierens fokussieren.

Blühdorn versteht seine Theorie der simulativen Demokratie als ein idealtypisches Modell, das es ermöglicht, den aktuell vorherrschenden Zustand westlicher Demokratien zu beschreiben.⁴ In seiner Analyse und Modellbildung geht er den Fragen nach, »wie und warum die moderne Demokratie sich verändert hat, welche Funktionen sie in heutigen Wohlstandsgesellschaften übernimmt, auf welche Bedürfnisse sie zugeschnitten ist.«⁵ Seine Analyse orientiert sich methodisch an der historisch verorteten Modernisierungstheorie⁶, bei der er ein dreistufiges anstelle des üblichen zweistufigen Modells vorstellt.⁷ Die *erste Moderne* geht laut Blühdorn bis Ende der Sechzigerjahre und ist geprägt von eher unpolitischen Bürger:innen, die »die politische Verantwortung paternalistischen Treuhändern überliefern.«⁸ Die *zweite Moderne* beschreibt er als Phase der »partizipatorischen

3 Ebd., S.178.

4 Vgl. Blühdorn, Ingolfur: billig will Ich: Post-demokratische Wende und Simulative Demokratie. In: Forschungsjournal neue soziale Bewegungen, 19(4), 2006, S.82.

5 Blühdorn 2013. S.47.

6 Ebd., S.48.

7 Vgl. ebd., S.50 f.

8 Blühdorn, Ingolfur: Zur Zukunftsfähigkeit der Demokratie: Nachdenken über die Grenzen des demokratischen Optimismus. In: Forum Wissenschaft & Umwelt (Hg.), Demokratie & Umweltkrise. Brauchen wir mehr Mitbestimmung? (Wissenschaft & Umwelt / Interdisziplinär 14), München 2011, S.25.

Revolution«⁹, die in den Siebzigerjahren ihren Ausgangspunkt hat und in der »die zunehmend selbstbewussten Bürger die Entmachtung der traditionellen Eliten betrieben und die zivilgesellschaftliche Selbstbestimmung, Selbstorganisation und Selbstverantwortung einforderten.«¹⁰ Schließlich setzt in den Neunzigerjahren die *dritte Moderne* ein,

in der politische Verantwortung zunehmend an Institutionen und Dienstleister delegiert wird, von denen vor allem politische Effizienz und Effektivität verlangt wird und darüber hinaus Transparenz und Rechenschaft, um der post-partizipatorischen Politik dennoch eine demokratische Qualität zu sichern.¹¹

Blühdorn orientiert sich hier an vorliegenden Theorien aus dem Feld der *Postdemokratie* und sieht die dritte Moderne als Ergebnis einer *postdemokratischen Wende* an.¹² Wenn Blühdorn von simulativer Politik spricht, geht es ihm konkret um die dritte Moderne, in der wir uns gegenwärtig befinden.

Eine zentrale These seiner Theorie ist, dass wir heute ein Selbstverständnis von Demokratie und politischem Handeln haben, das im Widerspruch steht zu unseren eigentlichen Lebensweisen und Vorstellungen. Unser Selbstverständnis wird von Normen bestimmt, die in der zweiten Moderne erkämpft wurden; gleichzeitig haben unsere Gesellschaft und Demokratie aber seither einen Wandel – die *postdemokratische Wende* – vollzogen, die zentral erworbenen Eigenschaften rekonfiguriert hat. Hatte man sich in der zweiten Moderne Werte erkämpft, die Nährboden dafür waren, dass Individuen und kollektive Akteure als autonome und souveräne Subjekte handeln konnten, fand ab den Neunzigerjahren ein Wandel statt, der die heutige Gesellschaft, Wirtschaft und politisch-administrative Ebene durchzieht und dazu geführt hat, dass gegenwärtige Werte im starken Kontrast zu denen der zweiten Moderne stehen. Für die dritte Moderne macht Blühdorn im Wesentlichen drei bestimmende *postdemokratische Wertepreferenzen* aus: *Marktintegration*, in der ein ursprünglich vom Markt autonomes Subjekt in allen Lebensbereichen vom Markt durchdrungen ist und ein Handeln und Denken zur Verwirklichung seiner Identität nicht unabhängig davon stattfindet;¹³ *Flexibilisierung*, die ein ideologiefreies und vielschichtiges Subjekt hervorbringt, das nicht mehr ein in sich identitäres und gefestigtes Subjekt ist;¹⁴ und zuletzt *Individualisierung*, die die Dimension des autonomen Subjekts als Teil eines Kollektivs in den Hintergrund rücken lässt und stark an die Marktintegration gekoppelt ist.¹⁵

Die sich hier offenbarende Differenz zwischen Anspruch und Möglichkeit, zwischen Selbstverständnis und vorliegenden Lebensumständen beschreibt Blühdorn als Dilemma oder auch *postdemokratisches Paradox*.¹⁶ Denn einerseits hält man an Normen fest, die sich in der zweiten Moderne etabliert haben, gleichzeitig haben sich die Gesellschaft, deren Werte und die Demokratie weiterentwickelt und verändert, und zwar in der Art, dass diese

9 Ebd.

10 Ebd.

11 Ebd.

12 Vgl. Blühdorn 2013, S.114 ff.

13 Vgl. ebd., S.130 f.

14 Vgl. ebd., S.132.

15 Vgl. ebd., S.131 ff.

16 Vgl. ebd., S.158 ff.

Normen an sich nicht mehr erfüllt werden können. Das Subjekt hat sich gewandelt hin zu einem stark individualistischen, flexiblen und in den Markt integrierten Subjekt, das sich aber noch immer auf – eigentlich obsolete – Werte, Rechte und Ansprüche des autonomen und souveränen Subjekts beruft. Blühdorn führt diesen Widerspruch als postdemokratisches Paradox ein, das sich auf mindestens zwei Ebenen abspielt: zum einen auf der Ebene der Subjekte, also Bürger:innen und deren Verständnis, Souverän zu sein, und zum anderen auf der Ebene des politisch-administrativen Apparats und wie er seine Rolle als exekutiver Repräsentant erfüllt. Dieses Paradox formuliert Blühdorn für beide Ebenen als Frage mit dem Fokus auf ein Erleben des eigentlich nicht mehr Vorhandenen:

Wie gelingt es individuellen und kollektiven Subjekten, sich als politischer Prinzipal und demokratischer Souverän zu erleben, gleichzeitig aber möglichst ungehindert und effizient die Möglichkeiten und Imperative der flüchtigen [dritten] Moderne zu verfolgen?¹⁷

In einem ähnlichen Dilemma befindet sich auch die politisch-administrative Seite, die einerseits an Normen der zweiten Moderne festhält, sich dann aber gleichzeitig in einem System bewegt, das vieles davon nicht [mehr] zulässt:

Wie gelingt es den politischen Institutionen, sich einerseits zugunsten ihrer Handlungsfähigkeit gegenüber den immer unberechenbareren Bürgern und ihren immer widersprüchlicheren und kompromissloseren Forderungen abzuschotten, sich gleichzeitig aber als deren Agent, also als Agent des Demos zu präsentieren?¹⁸

Beides – so Blühdorn – seien Fragen, die die Leistungsfähigkeit im Sinne der *Performanz* von Demokratie thematisieren. Ausgehend von gängigen Performanzvorstellungen – *demokratische Performanz* (Erfüllung von Normen wie Freiheit, Partizipation und Gleichheit) und *systemische Performanz* (Erfüllung und Erbringen von wirtschaftlichem Erfolg, Bildung, Gesundheit) – greift er auf einen theaterwissenschaftlichen Performanzbegriff zurück und überführt ihn in seine Zusammenhänge als *postdemokratische Performanz*.¹⁹ Charakteristisch für die Leistungsfähigkeit postdemokratischer Performanz, die sich in mindestens zwei Ziele unterteilen lässt, ist deren inszenatorische Qualität. Es geht erstens darum, die »radikalisierten demokratischen Erwartungen und Bedürfnisse der Bürger zu bedienen, ohne dabei gleichstarken, gegenläufig ausgerichteten Imperativen und Bedürfnissen im Wege zu stehen«²⁰. Wieder greift hier das eben benannte Paradox, bei dem einerseits Erwartungen formuliert werden, die von autonomen und souveränen Subjekten ausgehen, das aber selber davon losgelöste Werte und Bedürfnisse verfolgt. Und zweitens nennt Blühdorn eine Strategie, die zur Leistungssteigerung im Umgang mit dem Paradox und den mit ihm verbundenen Dilemmata herangezogen wird:

17 Ebd., S. 171.

18 Ebd.

19 Vgl. ebd., S. 172.

20 Ebd., S. 175.

das Vorspielen, die Inszenierung demokratischer Wertorientierungen und Strukturen in einem Kontext, wo Demokratie im Sinne der zweiten Moderne weder möglich noch wirklich wünschenswert ist, weil nämlich der normative Bezugspunkt, aus dessen Perspektive sie allein erstrebenswert erschien, sich inzwischen grundlegend rekonfiguriert hat.²¹

Diese Strategie im Umgang mit dem Paradox umschreibt Blühdorn nun als *Simulation*, deren Effekt darin besteht, die sozialen und ökologischen Konflikte nur zu befrieden²², nicht aber wirklich anzugehen und damit eine »Politik der Nicht-Nachhaltigkeit«²³ zu betreiben. Sein Bezug auf Simulationen lehnt er an Baudrillards Theorien an, auf die ich später zu sprechen komme, der diese nicht als Täuschungen oder Modelle zur Vereinfachung komplexer Vorgänge beschreibt, sondern als Folge einer technisch medialisierten und konsumorientierten Welt, die es ermöglicht Fiktionen so zu vermitteln, als herrschen sie vor und seien real.

Zusammenfassend lässt sich sagen, Blühdorn räumt dem Mittel der Inszenierung einen hohen Stellenwert im aktuellen politischen Handeln, sowohl aufseiten der Bürger:innen, als auch der politisch-administrativen Seite ein. Für ihn dient das Prinzip der Inszenierung innerhalb von Simulationen, als Mittel, um Demokratie – trotz eines in seinen Augen vorherrschenden postdemokratischen Paradoxes – leistungsfähig zu halten. Das hat mindestens zwei Auswirkungen. Erstens werden »demokratische Rechte, Normen und Verfahrensweisen«²⁴, die ihren Ursprung in der zweiten Moderne haben, durch Inszenierung in ihrer vermeintlichen Gültigkeit erlebbar gemacht, »dass dabei systemische Notwendigkeiten sowie die postdemokratischen Wertpräferenzen und Selbstverwirklichungsansprüche moderner Bürger möglichst wenig beeinträchtigt werden.«²⁵ Zweitens geht es auch darum, durch Inszenierung und ein Erlebarmachen von eigentlich überholten demokratischen Normen eines autonomen und souveränen Subjekts, die eigentlichen Herausforderungen unserer Zeit einer notwendigen ökologischen und sozialen Transformation zu verschleiern und damit eine Politik der Nicht-Nachhaltigkeit zu betreiben. Blühdorn sieht Inszenierung als Hilfskonstrukt, mit dem aktuelle Kommunikations- und Handlungsformen der simulativen Demokratie »wenigstens für den Moment, eine gesellschaftliche Ordnung [stabilisieren], die andernfalls wohl an ihren Widersprüchen zerbrechen würde.«²⁶

2.2 Die Ästhetisierung des Realen durch Inszenierung

In der politischen Theorie Blühdorns wird der Inszenierungsbegriff als zentrales Mittel vorgestellt, mit dem Simulationen hergestellt werden, die ein spezifisches Erleben ermöglichen. Insofern will ich mich jetzt diesem noch wenig bestimmten Begriff zuwenden: Inszenierung taucht im herkömmlichen Gebrauch vor allem im Bereich der Kunst oder des Films

21 Ebd.

22 Vgl. ebd., S. 179 oder S. 199.

23 Ebd., S. 46.

24 Ebd., S. 173.

25 Ebd.

26 Ebd., S. 179.

auf. Und weil nicht nur Filme oder Theaterstücke als rein künstlerische Produkte inszeniert werden, sondern Inszenierungen schon immer Teil unseres Alltags waren, werden eine Vielzahl von Ereignissen, Personen, Umgebungen, aber auch Produkten *in Szene gesetzt* oder *setzen sich selbst in Szene*. Martin Seel entwickelt in seinem Text *Inszenieren als Erscheinenlassen*²⁷ eine recht offene Bestimmung:

Inszenierungen, so möchte ich vorläufig sagen, sind 1. absichtsvoll eingeleitete oder ausgeführte sinnliche Prozesse, die 2. vor einem Publikum dargeboten werden und zwar 3. so, dass sich eine auffällige spatiale und temporale Anordnung von Elementen ergibt, die auch ganz anders hätte ausfallen können.²⁸

Inszenierung so verstanden sucht seine Bestimmung nicht über eine Anbindung an die Kunstproduktion, sondern vielmehr an Aspekte wie Intentionalität, Rezeption und räumliche Aufmerksamkeitsproduktion. Folglich können die drei von Seel formulierten Bedingungen neben alltäglichen Begebenheiten auch an designerische Prozesse und Wirkungsweisen angebunden werden. Erstaunlicherweise ist der Inszenierungsbegriff in der Designlandschaft nicht sehr verbreitet, obwohl es gerade bei Designausrichtungen wie *Public Interest Design* oder *Social Design* um die Gestaltung von Prozessen geht, mit und für Menschen, oftmals an spezifischen Orten mit eigens für diese geschaffenen Auffälligkeiten. Gernot Böhme gehört – zumindest aufseiten von Theoretikern – zu denen, die den Inszenierungsbegriff auch für das Design eingeführt haben²⁹, wobei er den Fokus auf das unmittelbare Erleben in (alltäglichen) Umgebungen und Zusammenhängen sowie der gezielten Herstellung von Erleben legt.

Böhmes philosophisch-phänomenologischer Ansatz, der in den frühen 1990er Jahren entstand, basiert auf Atmosphäre als Grundbegriff für seine *Neue Ästhetik*³⁰. Sein Ziel ist es, – unter anderem – eine Theorie bereitzustellen, die über die reine Beurteilung von Kunst hinausreicht und als allgemeine Wahrnehmungslehre fungiert, bei der die »Inszenierung von allem, womit und worin wir leben«³¹ berücksichtigt wird. So gesehen ist auch bei ihm das Feld der Inszenierung weit und findet sich in vielen Bereichen unseres Alltags wieder. Dabei ist Inszenierung nicht nur ein Herstellen von räumlichen Ereignissen und Konstellationen, sondern sie formt unsere Wahrnehmung und ist gleichzeitig auch Teil unseres

27 Vgl. Seel, Martin: Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs. In: Josef Früchtl / Jörg Zimmermann (Hg.), *Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens*, Frankfurt am Main 2001, S. 48–62.

28 Ebd., S. 49.

29 Vgl. Böhme, Gernot: Atmosphäre als Thema des Designs. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), *Was ist Public Interest Design.*

Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S. 273–279.

30 Vgl. Böhme, Gernot: *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*, Frankfurt am Main 1995 und Ders.: *Ästhetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, München 1995.

31 Böhme, Gernot: *Ästhetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, München 2001, S. 20.

eigenen Handelns und damit Produzierens von Dingen und Ereignissen. Böhme spricht hier von einer *Ästhetisierung des Realen*³², von der nicht nur das Feld des Theaters oder Films betroffen ist, sondern auch die Werbung³³, Politik³⁴, Stadtplanung³⁵ oder auch die Selbstinszenierung³⁶. Unter Ästhetisierung versteht er in erster Linie das Vorhandensein oder die Erzeugung von Erscheinungen aller Art, die als Atmosphären mit einem besonderen Charakter erlebt und gespürt werden können. In seiner Wahrnehmungslehre stehen Atmosphären als etwas Unbestimmtes im Zentrum, die sich als Zwischen inmitten von einem Ich-Pol und einem Gegenstandspol befinden, der aus Personen sowie Dingen und deren Umgebungen besteht. Atmosphären sind somit Ausstrahlungen, Stimmungen, Charaktere, die gesellschaftlich oder durch Kommunikation gebildet werden³⁷ und so als Befindlichkeiten erfahren werden. Dabei deckt Befindlichkeit zwei sehr unterschiedliche, aber dennoch voneinander abhängige, Bedeutungen ab: Es steht einerseits für die Anwesenheit in einem Raum und andererseits auch für ein Empfinden oder Sich-Fühlen, wie zum Beispiel Wohlbefinden.³⁸ Damit wird noch einmal deutlich, dass es Böhme um die Anwesenheit und auch um das damit verbundene Erleben geht, das sich immer auch auf individuelle Stimmungen sowie Gefühle auswirkt und diese auch erzeugt und mitgestaltet.

Genau diese Qualität einer Gestaltbarkeit von Atmosphären wird aus Sicht von Böhme in essenziellen Bereichen unseres Alltags bewusst zur Steuerung und Erzeugung von – wie er es nennt – *Begehrnissen* eingesetzt. Die Warenwelt oder die Werbung sind geübt darin, diese Kraft von Erscheinungen auszunutzen und schaffen gezielt *Inszenierungswerte* als zentraler Teil einer *Ästhetisierung der Ökonomie*.³⁹ Weil man Atmosphären nicht nur ausgesetzt ist, sondern sie auch explizit gestalten kann, wurde laut Böhme in einer kapitalistisch und auf Wachstum ausgerichteten Konsumwelt früh der Wert von Inszenierungen erkannt. Anstelle des Gebrauchs- und des Tauschwertes tritt der Inszenierungswert⁴⁰. Um Wachstum zu ermöglichen, dürfen nicht allein Bedürfnisse gestillt werden, sondern werden Begehrnisse geschaffen, weil diese ins Endlose steigerbar sind.⁴¹ Inszenierungen »schaffen eine Welt und schaffen den Dingen einen besonderen Wert.«⁴² So konstatiert Böhme als Begründung für den menschlichen Wunsch, nicht nur Bedürfnisse stillen zu wollen: »Der Mensch will nicht nur leben und überleben, sondern er will sein Leben intensivieren und sein Lebensgefühl steigern.«⁴³

Laut Böhme führt aber auch die zunehmende Ästhetisierung der Politik in eine ähnliche Richtung, bei der es nicht in erster Linie darum geht Politiker:innen, Wahlveranstaltungen, Plakate oder Themen hübsch verpackt in Szene zu setzen, sondern vor allem darum, eine wirksame Ausstrahlung zu erzeugen, die affektive Betroffenheit schafft. Zur »Politik im Medienzeitalter [gehört] Inszenierung, die Produktion von Atmosphären, die Erzeugung

32 Vgl. ebd., S. 20.

33 Vgl. ebd., S. 121 f.

34 Vgl. ebd., S. 122.

35 Vgl. ebd., S. 122 f.

36 Vgl. ebd., S. 123.

37 Vgl. ebd., S. 89 f.

38 Vgl. ebd., S. 78.

39 Vgl. z.B. Böhme, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Frankfurt am Main 2016.

40 Vgl. Böhme 2001. S. 22.

41 Vgl. ebd., S. 22.

42 Ebd., S. 121.

43 Ebd., S. 183.

von affektiver Betroffenheit bei den Massen⁴⁴. Auch wenn er diese letzte Ausführung an Erfahrungen aus dem Dritten Reich und die Parteitagsinszenierungen der Nationalsozialisten knüpft, der hier nachgezeichnete Effekt und das angestrebte Ziel sind heute präsenter denn je, weil letztlich politisches Handeln vor allem über mediale Kanäle vermittelt wird und damit alles auf durchinszenierte Portionen kondensiert wird. Weitet man also den Blick und betrachtet nicht nur die Inszenierung von Einzelpersonen, sondern den Einsatz von Inszenierung im Sinne einer postdemokratischen Performanz, so zeigt sich, dass sowohl von politisch-administrativer Seite beispielsweise Partizipation inszeniert wird oder auch politische Protestbewegungen wie *Extinction Rebellion* die Mittel der Inszenierung nutzen und hochgradig beherrschen. Beide schaffen letztlich Inszenierungswerte, nicht aber als Produkte und Waren, sondern in Form von Erlebnissen.

Ich will abschließend noch eine implizite Ableitung aus diesen Betrachtungen ziehen. Inszenierungen lassen Dinge, Personen oder auch Umgebungen als Teil unseres Alltags in Werbung, Stadtplanung, Politik oder auch der Selbstinszenierung in zweierlei Weise in Erscheinung treten. Zum einen verfolgen Inszenierungen – als Inszenierungswerte – eine nach außen gerichtete Wirkungsintention. Gegenstände, Personen und Umgebungen werden so inszeniert, dass sie auffallen, gefallen, Begehrenisse schaffen oder Aufmerksamkeit erzeugen. Zum anderen verfolgen Inszenierungen aber auch eine nach innen gerichtete Wirkungsintention in Anlehnung an die genannte postdemokratische Performanz. Damit meine ich Inszenierungen, denen es darum geht, Prozesse so zu gestalten, dass Menschen in ihrer Befindlichkeit darin leistungsfähig, gestärkt, motiviert oder in ihren Vorstellungen und Ansprüchen befriedigt werden. Dieses zweite Szenario findet unter anderem in Zusammenhängen statt, die wir in politischen Kontexten unter dem Begriff der Partizipation fassen. An der Gestaltung und Herstellung dieser sind aktuell diverse ästhetisch arbeitende Disziplinen beteiligt, deren Ziel es ist, über absichtsvolle gestalterische Mittel andere zu adressieren, zu denen auch Public Interest Design zählt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Allgegenwärtigkeit von Inszenierung zu einer recht breiten begrifflichen Auffassung beiträgt und entsprechend auch der theoretische Diskurs diesen Begriff über eine Theater- und Kunstbetrachtung hinaus aufnimmt. Inszenierung ist gekoppelt an absichtsvolles Handeln und auf ein Publikum zugeschnitten, indem es Aufmerksamkeiten schafft. Zudem schafft Inszenierung in Anlehnung an Böhmes neue Ästhetik räumliche Befindlichkeiten, die einerseits eine Anwesenheit voraussetzen und gleichzeitig Stimmungen erzeugen, was beides Grundlagen für Erleben sind. Aber auch im Schaffen von auf Inszenierung basierenden Werten, werden immaterielle Erlebnisse zu wichtigen Faktoren unseres alltäglichen Erlebens. Hierin geht es nicht allein um äußere Wirkungsintentionen von Inszenierungen, sondern auch um nach innen gerichtete. Für eine erste Verknüpfung von Blühdorns Demokratietheorie und Böhmes Ansatz zu Inszenierung,

will ich mich im Folgenden auf einen kleinen Ausschnitt aus Blühdorns Buch *Simulative Demokratie* beziehen, nämlich seine Ausführungen zur *postdemokratischen Partizipation*⁴⁵.

2.3 Der Inszenierungswert postdemokratischer Partizipation

Im Zuge der Einordnung von Böhmes Inszenierungsbegriff, bei dem Befindlichkeit eine wesentliche Rolle spielt und der Aspekt des Inszenierungswertes, habe ich zwei Wirkungsintentionen inszenatorischen Handelns beschrieben: zum einen die Erzeugung einer äußeren Wirkung und zum anderen die einer inneren Wirkung. Ich will im Folgenden den Fokus auf Partizipation richten und erst einmal damit beginnen aktuelle Entwicklungstrends in Anlehnung an Blühdorn vorzustellen.⁴⁶ Auffällig ist, dass diese Trends, die Blühdorn mit *postdemokratische Partizipation* überschreibt, fast alle explizit an den Aspekt anknüpfen, Erlebnisse zu schaffen und dafür die Mittel des Inszenierens heranziehen: »Heutige Beteiligungsformen sind häufig spaßbetont und haben einen hohen Unterhaltungs-, Freizeit- oder Erlebniswert.«⁴⁷ Oft werden sie als Kampagnen initiiert und entsprechend mit Mitteln des Kommunikationsdesigns vermittelt. Aber auch der Protest selbst richtet sich nach den Regeln und Begehrenissen einer konsumorientierten Gesellschaft aus und sucht hierin beispielsweise Handlungsformen im konkreten Boykott oder in der Kaufempfehlung von Produkten. Blühdorn verweist zudem darauf, dass Partizipation immer individualistischer wird und dabei die persönlichen Befindlichkeiten, Interessen und Sachthemen in den Vordergrund rücken, hingegen übergeordnete und allgemeingültige Ideologien in den Hintergrund. Partizipation ist ebenso »spontan, sporadisch, projekthaft«⁴⁸ und darin hoch eruptiv und agil, gleichzeitig aber auch schwer zu verstetigen. Das macht sich auch darin bemerkbar, dass Niederschwelliges, wie Internet-Petitionen gerne als Formen von Partizipation angenommen werden. Als Letztes nennt er noch den Aspekt der Selbstinszenierung und -erfahrung, es geht nicht nur um die Sache, sondern auch ums Ich.

Diese Entwicklung steht im Kontrast zu herkömmlich institutionell vorgesehenen politischen Partizipationsmöglichkeiten, wie Wahlen, Parteimitgliedschaft etc., sie steht aber auch im Kontrast zu Partizipationsvorstellungen der sozialen Bewegungen der 1970er und frühen 80er Jahre, die stark von Ideologien geprägt waren und dem Kampf gegen die Obrigkeit.⁴⁹ Blühdorn wird nicht müde die Differenz von damals und heute zu betonen, mit der Veränderung des Selbstverständnisses eines autonomen und souveränen Subjekts – das die aktuell gültige Norm bestimmt – hin zu einer gegenwärtig »radikalisierte[n] Subjektivierung und Subjektzentrierung«⁵⁰, die der bestehenden Norm in vielerlei Hinsicht entgegensteht.

Genau dieser Wandel wirkt sich in den Formaten und Funktionen heutiger Partizipation aus. Ohne zu tief in die aktuellen Tendenzen in Bezug auf Formate eingehen zu können, zeigt sich, dass Partizipation in den letzten Jahrzehnten immer stärker professionalisiert

45 Blühdorn 2013, S.187.

46 Die in diesem Absatz folgenden Entwicklungstrends findet man in Ebd., S.190 ff.

47 Ebd., S.192.

48 Ebd., S.191.

49 Vgl. ebd., S.193.

50 Ebd.

wurde. Diese Professionalisierung findet nicht nur – wie man meinen könnte – *von unten*, sondern vor allem auch *von oben* statt⁵¹, indem von administrativer Seite vorwiegend auf kommunaler und Länderebene Partizipation institutionalisiert wird: Professionelle Büros oder, wie in Wuppertal, eigens dafür installierte Stabsstellen für Bürgerbeteiligung⁵² organisieren Formate, die in unterschiedlicher Dimension Partizipation ermöglichen. Ebenso werden öffentliche Förderprogramme ausgeschrieben, womit Vereine und andere Rechtsformen darin bestärkt werden, sich zu engagieren, auf der Basis von Projekten, die selten über den Förderzeitraum hinaus finanziert werden. Hierin werden Formate entwickelt, die einen hohen inszenatorischen und performativen Anteil haben. In großen Gruppen erkundet man Quartiere, diskutiert Anliegen oder versucht Wünsche für Veränderungen zu ermitteln. Oder durch Zufall ermittelte Bürger:innen werden in Planzellenverfahren unter Anleitung und mit Eingaben von Fachleuten dazu ermächtigt Gutachten zu erstellen, die dann an die Politik und die Stadtverwaltung weitergeleitet werden, um daraus Handlungsstrategien abzuleiten. Niederschwelliger sind Workshopformate, in denen Diskussionen in Open Spaces, Fish Bowls oder World Cafés geführt oder in Design-Thinking-Workshops kreative Lösungsansätze gesucht werden. Alle diese Beispiele und Formate werden nicht nur von Initiativen, Vereinen oder anderen zivilgesellschaftlichen Gruppierungen genutzt, sondern auch von politisch-administrativer Seite. Klares Ziel dieses Vorgehens ist die Steigerung der Effektivität politisch-administrativer Prozesse⁵³ und das dafür eingesetzte Mittel ist die Erzeugung und Inszenierung von Ereignissen mit innerer Wirkungsintention, die ein kurzweiliges, kommunikatives und unverbindliches Erleben von Demokratie ermöglichen.

Manche Partizipationsformate verfolgen beides, innere und äußere Wirkungsintention. In den oben angesprochenen Trends wurde der Hang zur Selbstinszenierung, aber auch die Spaßbetonung und der Unterhaltungs- und Freizeitwert benannt. Bewegungen wie *Extinction Rebellion*⁵⁴, mit ihren kostümierten und szenografisch durchgestylten Demonstrationen, aber auch *Fridays For Future* wissen sich und ihre Anliegen medienwirksam zu inszenieren. Auch hier zeigt sich, dass die heutige Protestbewegung *Kinder der Konsumgesellschaft* sind, die nicht nur in und mit Werbung großgeworden sind, sondern selbst ziel-sicher und erfolgreich kommunikative Strukturen und Formate hochgradig flexibel und den individuellen Bedürfnissen gerecht zu nutzen wissen. So werden Crowdfunding-Plattformen genutzt, werbewirksame Ereignisse kreiert, die wie *12/06/2020*⁵⁵ eigentlich im Juni 2020 im Berliner Olympiastadion mit 60.000 Gästen – gleich einem großen Musikfestival oder einer Sportveranstaltung – Onlinepetitionen zu drängenden Fragen unserer Zeit auf den Weg bringen wollten. Dafür hatten sie über 2 Millionen Euro gesammelt und eine Vielzahl von Prominenten gewinnen können.

51 Ebd., S. 200.

52 <https://www.wuppertal.de/microsite/buergerbeteiligung> (Abruf: 18.12.2020).

53 Blühdorn 2013, S. 200.

54 <https://extinctionrebellion.de/> (Abruf: 18.12.2020).

55 Die Veranstaltung musste wegen der Covid-19 Pandemie abgesagt werden. <https://www.startnext.com/12062020> (Abruf: 18.12.2020).

In all diesen Trends geht es also stark um Fragen eines absichtsvollen Gestaltens mit Ausrichtung auf eine intendierte Zielgruppe, wobei auch hier Aufmerksamkeit schaffen eine Rolle spielt, weshalb darin kommerzielle Strategien, zum Beispiel aus dem Kommunikationsdesign, zur Anwendung kommen. Es geht – um diese Partizipationstrends an Böhme zurückzubinden –, um die Erzeugung von Inszenierungswerten, die an Partizipation gekoppelte sind: Es werden Erlebnisräume geschaffen, mit positiv belegten Befindlichkeiten und zudem wird der Wunsch – mitunter das Begehren – bedient, teilhaben zu wollen. Blühdorn beschreibt auf eine konsumistische Welt orientierte Partizipationsformate, die professionalisiert werden und in denen Inszenierung dazu dient, Demokratie und politisches Handeln im Sinne eines Produktes begehrllich und erlebbar zu machen. Partizipation als Teil einer Erlebniskultur, in der Flexibilität und Individualität vorherrschende Paradigmen sind, ist damit fest in die Konsumwelt integriert und nutzt darin die Mechanismen der Ästhetisierung des Realen und des ästhetischen Kapitalismus.⁵⁶

Es stellt sich nun die Frage, welche Funktion diese Formen von Partizipation haben. Ich will mich erneut nur auf die konzentrieren, die im Zusammenhang mit dem Erleben und der Inszenierung stehen und muss dazu ein wenig ausholen. Der Wandel, den Partizipation zwischen den 1960ern und heute durchlaufen hat, mit einem Bruch in den 1990ern, besteht in der veränderten Funktion. Die politische Partizipation bis in die 90er Jahre war expressiv, und diente als *Arena für die Artikulation*⁵⁷, in der sich bisher marginalisierte Identitäten Gehör verschafften.⁵⁸ Aber anders als von zeitgenössischen Theoretikern der 70er Jahre erwartet, hat laut Blühdorn diese Möglichkeit sich zu artikulieren, nicht nur dazu geführt, »dass sich mit der partizipatorischen Revolution Subjektivität sowie Identitäten entwickelten und politisch Bahn«⁵⁹ brachen, sondern letztlich sich Subjekte ausbildeten, die mit großem Selbstverständnis und Selbstvertrauen voraussetzen, diese Rechte und Freiheiten zu haben und ausüben zu können. Mit diesem Selbstvertrauen und dem daran gekoppelten Selbstverständnis kommt es laut Blühdorn in Anbetracht einer Stärkung des Subjektes, zu einem Rückzug ins Private, der mit einem Konsumismus verbunden ist.⁶⁰ Das Subjekt gibt dabei aber sein Anrecht auf Partizipation nicht auf, insbesondere dann, wenn es um die eigenen Interessen geht. Die postdemokratische Partizipation wird so zu einem Simulationsraum, in dem es nicht mehr darum geht, sich ein Recht auf Artikulation zu erkämpfen, »sondern vielmehr die Inszenierung und Erfahrung von zurückgelassenen Subjektivitäts- und Identitätsnormen«⁶¹ zu erleben. Postdemokratische Partizipation hat also konsumistische Tendenzen und ist Ausdruck eines Lifestyles⁶², der vermehrt die Funktion hat, das autonome und souveräne Subjekt in Partizipationsprozessen zu inszenieren, um demokratische Normen zu simulieren und dadurch erlebbar zu machen.⁶³

In der professionalisierten Inszenierung von partizipativen Prozessen, sowohl aus bürgerschaftlichem Engagement heraus, aber ebenso aufseiten der administrativen Ebene

56 Vgl. Böhme 2016.

57 Blühdorn 2013, S. 195.

58 Vgl. ebd.

59 Vgl. ebd., S. 196.

60 Ebd., S. 118.

61 Ebd., S. 196.

62 Vgl. ebd., S. 196.

63 Vgl. ebd., S. 199.

geht es darum Formen zu schaffen, die die Funktion erfüllen, dem aktuell gültigen Subjektstatus zu entsprechen. Um das zu erreichen, werden nicht nur absichtsvolle Vorgänge für ein Publikum inszeniert, sondern über Erfahrungswirklichkeiten ein Erleben geschaffen, dessen besonderer Wert die Befindlichkeit und daran gekoppelt das Erleben von Partizipation nach dem Vorbild der sozialen Bewegung der 1970er Jahre ist. Unsere aktuelle Welt ist durchzogen von Inszenierungswerten, denen wir tagtäglich ausgesetzt sind und denen wir als Individuen mit großer Akzeptanz verfallen. Blühdorn beschreibt dies als Integration in den Markt, zu dem Inszenierungswerte wie Lifestyle gehören. Und weil Inszenierungswerte ein so selbstverständlicher Teil unserer Welt sind, werden die mit ihnen verbundenen Wirkstrategien und -mächtigkeiten nicht hinterfragt oder überhaupt infrage gestellt. Hier wird noch einmal deutlich, warum Inszenierungswerte nicht nur Teil von Waren sind und mit ihnen verbundene Begehrenisse schaffen, sondern eben auch von Partizipation, die in diesem Falle demokratische Wertvorstellungen in Erscheinung treten lassen und so Erlebnisräume hervorbringen. Das Begehrennis, das hier geschaffen wird, ist Teil des von Blühdorn beschriebenen postdemokratischen Paradoxes, sich als autonomes und souveränes Subjekt erleben zu wollen. Genau dafür werden Inszenierungen mit inneren und äußeren Wirkungsintentionen geschaffen, Beteiligungsformate, kostümierte und szenografisch durchinszenierte Demonstrationen von *Extinction Rebellion* oder Straßenfeste, wie der *Tag des Guten Lebens* in Köln, mit denen ein positives Image und Gefühl verbunden wird. Die Teilnahme schafft zudem ein Gefühl, in eine Arena der Artikulation zu treten und zu handeln, obwohl die Partizipierenden – insbesondere bei der von oben ermöglichten Partizipation – als Ressourcen und zur Legitimation herangezogen⁶⁴ und gleichzeitig auf Distanz zu den von Experten vollzogenen Entscheidungen gehalten werden. Es findet dabei ein Erleben demokratischer Normen statt, worin sie letztlich – im Vokabular des Theaters – zu Zuschauenden werden, die auch ein wenig mitmachen dürfen. Diese Art von Erleben, das einem das Gefühl gibt, partizipieren zu können, ohne tatsächlich zu partizipieren, umschreibt Blühdorn mit dem Begriff der Simulation, um die es jetzt gehen wird.

3. Wenn Wirklichkeit bedeutsamer ist als Realität

3.1 Simulation als Simulakrum

Die bisherige Betrachtung war am Beispiel von Partizipation und der Wirkungsweise von Inszenierungen innerhalb dieser ausgerichtet. Sie nahm dabei Bezug auf ein absichtsvolles Handeln, die Adressierung eines Publikums und auch die Befindlichkeit und die mit ihr verbundenen Affektionen, Betroffenheiten und Gestimmtheiten. Verlässt man den konkreten Gegenstand wie Partizipation und geht über zu einer offeneren Betrachtung, also, welche Auswirkungen haben Medialität und Inszenierungen auf eine gesamtgesellschaftliche Entwicklung und darin Demokratie sowie ihre Gestaltung, kommen wir endlich zum Begriff der Simulation. Bislang hatte ich Simulation vor allem in Abgrenzung zu herkömmlichen Auffassungen eingeführt. Weiter oben hieß es, dass Baudrillard, auf den Blühdorn sich bezieht,

64 Vgl. ebd., S. 200.

Simulationen nicht als Täuschungen oder Modelle zur Vereinfachung komplexer Vorgänge einführt, sondern als Folge einer technisch medialisierten und konsumorientierten Welt, in der Fiktionen den Stellenwert einnehmen, als seien sie real. Deutlich wird, dass Simulation so verstanden als Begriff angelegt ist, mit dem gesellschaftliche Entwicklungen, Wahrnehmungs- und Handlungsweisen beschrieben werden können und weniger Einzelereignisse oder beispielsweise konkrete Partizipationsformate. Insofern will ich den Simulationsbegriff von Baudrillard einführen und anschließend Böhmes Zugriff darauf erläutern, der dann wieder auf Blühdorn zurückgebunden werden wird.

Simulation als Begriff – so Nils Rölller im *Historischen Wörterbuch der Philosophie*⁶⁵ – lässt sich geschichtlich in drei semantische Felder aufteilen⁶⁶: erstens der lateinische Ursprung, zweitens als Begriff für die Modellierung und drittens in der Verwendung durch Jean Baudrillard. Die Übersetzung des lateinischen Worts *simulatio* bedeutet Heuchelei, Verstellung oder auch (Vor-)Täuschung, Schein.⁶⁷ Dieser in dieser Bedeutung eher negativ besetzte Terminus kommt im Kontext seiner Verwendung im Bereich der Modellierung weitaus positiver zum Einsatz. Mit der Einführung digitaler Computersysteme nach dem Zweiten Weltkrieg in die Wissenschaft werden komplexe dynamische Systeme mithilfe von vereinfachenden Modellen simuliert »mit dem Ziel, experimentell Daten über das modellierte System zu erhalten.«⁶⁸ Bestes Beispiel hierfür ist die tägliche Wettervorhersage. Als drittes semantisches Feld zu Simulation führt Rölller die theoretische Auseinandersetzung Baudrillards ab den 1970ern an, die er ebenso an das Aufkommen neuer Technologien nach dem Zweiten Weltkrieg knüpft, wie Fernsehen, Video oder Computer. In seinem Ansatz radikalisiert und erweitert Baudrillard den Simulationsbegriff und macht ihn zum Grundbegriff einer übergeordneten Gesellschaftskritik. Er entwickelt eine Theorie, die indirekt das Verhältnis zwischen Wirklichkeit und Realität, und direkt das Verhältnis von Realität und medial vermittelter Realität thematisiert. Diese erste Differenz werde ich später in Anlehnung an Böhme vertiefen, die zweite direkt.

Täuschungen oder Modellierungen basieren klar auf einem Realitätsprinzip: Der Simulant behauptet einen Zustand, der tatsächlich so vorliegen könnte und die Wettervorhersage verweist auf real vorhandenes Wetter. Täuschung und Modellierung verweisen so gesehen auf eine Realität, indem sie in der Täuschung die Differenz zur Realität zu verdecken suchen oder im Modell der Realität möglichst nahekommen wollen. Baudrillard hingegen geht davon aus, »dass Simulation gesamtgesellschaftlich die Dichotomie zwischen Realität und Irrealität auflöse.«⁶⁹ Sein Verständnis löst damit das Realitätsprinzip als Ganzes auf und setzt ihm das Simulationsprinzip entgegen als einem Ineinanderwirken von Realität

65 Vgl. Nils Rölller: *Simulation*. In: Joachim Ritter / Karlfried Gründer (Hg.), *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, Bd. 9, Sp.795f, Basel 1995.

67 Vgl. <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung/latein-deutsch/simulatio> (Abruf: 13.11.2020).

68 Rölller 1995, Sp.795.

69 Ebd.

66 Vgl. ebd., S.795.

und Fiktion. Er führt als Beispiel den gerade genannten Simulanten an, der die Krankheit aber nicht nur vortäuscht, sondern tatsächliche Symptome entwickelt.⁷⁰ Weil hier objektiv nicht auszumachen ist, ob der Simulant krank ist oder nicht, greift die herkömmliche Medizin nicht mehr, »denn sie kann nur Krankheiten behandeln, die auf Grund von objektiven Tatsachen wahr sind.«⁷¹ Dieses Beispiel kann im Sinne von Baudrillard auf die Gesellschaft als Ganzes übertragen werden. Den Ursprung dieser Entwicklung sieht er in der von Medien durchzogenen Konsumgesellschaft, weil sie beständig Simulakren schafft, die auf einer nicht vorhandenen Realität – einer Hyperrealität – basieren. In seinem Buch *Zur Aktualität von Jean Baudrillard*⁷² beschreibt Samuel Strehle Baudrillards Simulationsansatz als Ablösung des Realitätsprinzips durch das Simulationsprinzip:

Längst sind die Massenmedien zum eigentlichen Schauplatz des Sozialen geworden. Gesellschaft verwandelt sich in ein Bildschirmgeschehen, so dass wir bald nichts anderes mehr kennen als Zeichen und Bilder: Wir haben uns in unseren Bildwelten verloren wie in einem Labyrinth ohne Ausgang. In solchen und ähnlichen Mischungen aus objektiver Gegenwartsanalyse und fiktionaler Überspitzung beschreibt Baudrillard das Zeitalter der Simulation – die Welt in einem derart fortgeschrittenen Zustand der Verbildlichung, dass es zunehmend unmöglich wird, den Unterschied zwischen Bild und Wirklichkeit überhaupt noch zu bestimmen.⁷³

Böhme greift in seiner Theorie diese Indifferenz ebenso auf. Die Ersetzung der Realität durch Simulakren – so Böhme – führt dazu, »dass die Wirklichkeit in den Medien für den Zeitgenossen häufig bedeutsamer ist als das, was an Realität dahinterstecken mag.«⁷⁴ Doch führt er diese Auslegung aus der reinen Zeichen- und Bildproduktion sowie -rezeption heraus und bezieht diese auf Wahrnehmung als solche. Böhmes Argumentationsweise, was er unter Wirklichkeit sowie Realität versteht und wie das in Zusammenhang mit Blühdorn zu bringen ist, wird im Folgenden dargelegt.

3.2 Die Isolierung der Wirklichkeit von der Realität

Schauen wir uns also die Differenz von Wirklichkeit und Realität bei Böhme an. Wie weiter oben dargelegt, zielt sein Ansatz darauf ab, eine neue Ästhetik vorzustellen, die sich ganz auf Befindlichkeit sowie unmittelbares Erleben bezieht und insofern als *Erscheinungslehre* fungiert, bei der die Erscheinungen selbst und nicht die Ursachen oder Bedeutung dieser im Zentrum stehen: »Der Ästhetik als Theorie muss es darum gehen, die Erscheinungen als solche zu bestimmen, ohne sie auf etwas, das erscheint, zu überschreiten.«⁷⁵ Nach Böhme spürt man beim Betreten eines Raumes als ersten Wahrnehmungsgegenstand eine ange-

70 Baudrillard, Jean: *Agonie des Realen*, Berlin 1978, S.10.

71 Ebd., S.10 f.

72 Vgl. Strehle, Samuel: *Zur Aktualität von Jean Baudrillard*. Einleitung in sein Werk, Wiesbaden 2012.

73 Ebd., S.95.

74 Böhme 2001, S.20.

75 Ebd., S.118.

spannte Atmosphäre. Erst in einem zweiten Schritt kann man bestimmen, wo die Ursprünge der Stimmung sind und welche Personen an deren Herstellung beteiligt sind. Doch dieser zweite Schritt, dieses Überschreiten, ist nicht Teil von seiner Theorie; sein Fokus liegt auf dem unmittelbaren Erleben und dem, was in einem solchen Erleben in Erscheinung tritt: die *phänomenale Wirklichkeit*. Diese Wirklichkeit hat in seiner Auslegung eine Besonderheit, sie kann von der *Realität*, von der sie ausgeht, isoliert oder auch abgelöst sein. Hierfür paradigmatisch sind für ihn das Theater und darin der *Inszenierungsbegriff*.⁷⁶

Inszenierung, so Böhmes einführende Bestimmung, stammt vom griechischen Wort Szene (σκηνή), das so viel bedeutet wie Hütte, Tempel oder Bühne. Mit Szene verbindet sich die Eigenschaft, dass es sich um einen abgetrennten Raum handelt, der von der profanen Außenwelt abgelöst ist und diese ausschließt.⁷⁷ Genau dieser Aspekt des Ausschließens und Isolierens überführt er auf Erscheinungen, die als phänomenale Wirklichkeiten erfahren werden. *Wirklichkeit* bezeichnet in seiner Auslegung »das Seiende im Zustand der Aktualität«⁷⁸ und ist das, was uns in phänomenaler Wahrnehmung in Erscheinung tritt; *Realität* hingegen bezeichnet die Dinge, die hinter dieser Wirklichkeit tatsächlich vorzufinden sind. In den Worten von Böhme: »Wirklich ist in diesem Sinne nur das in aktueller Wahrnehmung Gegebene, real, was dinglich dahinterstehen mag«⁷⁹. Diese Differenz erhält in seiner neuen Ästhetik eine spezifische Bedeutung, weil es ihm – wie eben schon eingeführt – darum geht, »die Erscheinungswirklichkeit als solche zu rehabilitieren«⁸⁰, um dem Wahrgenommenen einen höheren Stellenwert zu geben, indem er ihm eine »eigenständige charakteristische Seinsweise«⁸¹ zuschreibt. Und das ist wiederum relevant, weil diese Differenz »dem gegenwärtigen Zustand unseres gesellschaftlichen Seins [entspricht], nämlich der ästhetischen Ökonomie und einer ästhetisierten Politik.«⁸²

Zur Erläuterung der Differenz von Wirklichkeit und Realität können exemplarisch Theater- und auch Medienbezüge herangezogen werden.⁸³ Im klassischen Theater nehmen wir Ophelia oder Hamlet in ihren Rollen und Figuren als wirklich wahr, dabei treten die real dahinterstehenden Schauspieler:innen, sofern sie überzeugend in diese Rolle schlüpfen, in den Hintergrund. Dieses Phänomen, dass in Inszenierungen die erscheinende Wirklichkeit sich von der dahinterstehenden Realität abheben oder von ihr isoliert sein kann⁸⁴, ist für Böhme ein Grund dafür, warum das Theaterspiel als Spiel im Sinne eines Als-Obs erfahren wird und eben nicht als Ernst im Sinne eines realen Gegenstandes oder vielleicht auch einer existenziellen Bedrohung.⁸⁵

In dieser Wahrnehmungskonstellation gibt es nun einen aus meiner Sicht zentralen Faktor, der die Brücke zu Baudrillard schlägt: Trotz aller spielerischen Wirklichkeit, rechnet man immer mit Realität.⁸⁶ Gemeint ist damit, dass man in der leibhaftigen Anwesenheit im

76 Vgl. ebd.

77 Vgl. ebd., S.119.

78 Ebd., S.160.

79 Ebd., S.57.

80 Ebd., S.160.

81 Ebd.

82 Ebd.

83 Vgl. Rodatz, Christoph: Der Schnitt durch den Raum. Atmosphärische Wahrnehmung in und außerhalb von Theaterräumen, Bielefeld 2010, S.113 ff.

84 Vgl. Böhme 2001, S.118.

85 Vgl. ebd., S.117.

86 Vgl. ebd., S.165.

Raum mit der Realität der Dinge rechnen muss. Die Unberechenbarkeit von Menschen führt immer wieder dazu, dass eine phänomenale Wirklichkeit, in der man befindlich ist, durch diese gestört wird, aber auch die Materialität der Realität ist etwas, mit dem man immer rechnen muss. Auf Baudrillards Begrifflichkeiten bezogen kann man sagen, in diesem Szenario ist das Realitätsprinzip völlig intakt, weil man einer Realität ausgesetzt ist, mit der man rechnen muss.

Das ändert sich nun aber, wenn man diese Differenz von Wirklichkeit und Realität auf medial vermittelte Wirklichkeiten anwendet. Denn hier zeigt sich, dass diese immer von ihren Realitäten abgelöst sind. In der Tagesschau tritt mir zum Beispiel das Kriegsgeschehen in einem fernen Land als Wirklichkeit in Erscheinung, real hingegen ist das Glas des Bildschirms, nicht aber die mir als wirklich erscheinenden Gebäude oder Personen im Bild selbst. Wir haben es mit zwei Arten zu tun, in der Wirklichkeit sich von der Realität ablöst: Zum einen, weil die ursprünglichen Realitäten, wie die Personen im Videobild, nur medial vermittelt werden und zum anderen, weil der Bildschirm, über den diese Wirklichkeit vermittelt wird, reiner Übermittler und kein korrespondierender Teil des Bildes ist. Das heißt dann aber, dass bei medialer Vermittlung, wie der Tagesschau, mit einer ganz anderen Form einbrechender Realität als zum Beispiel im Theater zu rechnen ist. Nicht etwa mit der Realität, die im Kontext zum abgebildeten Ereignis steht, müssen wir rechnen – also den realen Bedrohungen von Gewalt, Krieg oder Naturkatastrophen –, sondern mit den Realitäten, die den Bildschirm selbst und den Raum, in dem er sich befindet, betreffen – also ein technischer Defekt oder störende Umgebungsgeräusche. Da dieses Zweite – mit Realität rechnen – nur mit der vermittelnden Technik und der Umgebung zu tun hat, steht es nie im Zusammenhang mit den vermittelten Inhalten. Das hingegen Erste – nicht mit Realität rechnen zu müssen – hat Konsequenzen für das Erleben und Erzeugen von Wirklichkeiten medienvermittelter Realitäten, aber vermutlich auch auf das Erleben und Erzeugen von Wirklichkeiten grundsätzlich – also auch dann, wenn keine technischen Medien beteiligt sind. Oder anders formuliert: Welche Rückkopplungen haben diese medial vermittelten Realitäten auf ein alltägliches Wahrnehmen sowie Handeln und damit auch für ein nicht rein medial vermitteltes Wirklichkeitserleben am Beispiel von Blühdorns Theorie?

Sowohl Baudrillard als auch Böhme rechnen der zunehmenden Präsenz von Medien in unserer Alltagswelt einen sehr hohen Stellenwert zu. Ergänzend sollte man neben der quantitativen Zunahme auch die qualitativen Veränderungen der medial erzeugten Wirklichkeiten in den letzten Jahren ansprechen: Die audiovisuellen Welten werden immersiver, weltweit fast in Echtzeit vermittel- und abrufbar und sind durch Smartphones immer und überall präsent. Böhme kommt – lange vor der Einführung von Smartphones – zu folgendem Schluss:

Die moderne Beherrschung der Medien hat dazu geführt, dass beständig Wirklichkeit ohne Realität produziert wird und mediale Wirklichkeit wahrgenommen wird, ohne sie auf Realität hin zu transzendieren. Das kann natürlich zum einen bedeuten, dass das Leben ohnehin im fiktionalen Raum stattfindet. Es bedeutet

allerdings auf der anderen Seite auch, dass Wirklichkeit in den Medien für die Realität genommen wird.⁸⁷

In meiner Auslegung hängen die zwei von Böhme angebrachten Bedeutungen kausal zusammen: Weil die Wirklichkeit für die Realität genommen wird, findet das Leben womöglich im fiktionalen Raum statt, wobei zu bestimmen sein wird, was bei ihm unter fiktional zu verstehen ist. Dafür will ich noch einmal den Realitätsbegriff von Böhme aufgreifen.

Der weiter oben eingeführte Realitätsbegriff bezieht sich auf Dinge. Aber welche Dinglichkeit – jenseits des Vermittlungsmediums selbst – herrscht in einer durch Medien vermittelten Wirklichkeit vor? Böhme verweist in diesem Zusammenhang auf die Differenz von Spiel und Ernst. Das Spiel ermöglicht einen Raum, in dem »es nicht ernst ist, eine[n] handlungsentlastenden Raum, in dem das Menschliche spielerisch, und das heißt ohne Folgen für das Alltagsleben durchlebt werden kann, und doch als psychische Wirklichkeit verarbeitet und angeeignet werden kann.«⁸⁸ Aus seiner Sicht wird die Differenz von Spiel und Ernst mit Medien in zweierlei Weise reproduziert:

Das heißt aber auf der einen Seite, dass die medial vermittelte Realität zu einer abgehobenen Wirklichkeit wird, an der man ästhetisch partizipiert, ohne wirklich betroffen werden zu können. Auf der anderen Seite aber wird gerade durch die Ver selbständigung die mediale Wirklichkeit zur Realität, nämlich zur gesellschaftlichen Realität. Das heißt aber, dass, was sich in den Medien abspielt, was dort verlautbart wird, öffentlich wird, was ans Licht der Medien gezerrt wird, keineswegs Spiel, sondern gesellschaftlich gesehen bitterernste Realität ist.⁸⁹

Gesellschaftliche Realität verweist dann nicht mehr auf Dinge, sondern imaginäre »Geflechte von Vorstellungen«⁹⁰, bei denen auch Wirklichkeit und Realität als Fiktionales zusammenfallen, was Baudrillard als Simulakren fasst. Das heißt dann also, dass es nicht nur um das reine Wirklichkeitserleben medial vermittelter Realitäten geht, sondern, dass sich die durch Medien geschaffenen Mechanismen auf das grundlegende Wirklichkeitserleben übertragen. Dann können beständig medial vermittelte gesellschaftliche Wirklichkeiten geschaffen werden, die keinen realen Ursprung haben müssen, aber allein, weil sie erlebte Wirklichkeiten sind, eine eigene Realität erzeugen. Die Herausforderung hierbei ist, dass diese geschaffene Realität keine ist, mit der man rechnen muss, sondern vielmehr eine, die man seinen Bedürfnissen anpassen kann. Das lässt Wirklichkeit, die mit gesellschaftlichen Konsequenzen verbunden ist, variabel werden (z. B. Fake News). Und es lässt die Erlebnisse im tatsächlichen Leben als Spiele ohne dahinterliegenden Ernst in Erscheinung treten. Dabei kann das Spielerische im Sinne eines Handelns, das vom Ernst konkreter und für einen selbst erlebbarer Konsequenzen befreit ist, zum eigentlichen Wesensmerkmal des eigenen Handelns werden.

87 Ebd., S. 161.

88 Ebd., S. 162 f.

89 Ebd., S. 163.

90 Ebd.

Ich will das am Beispiel von Blühdorns postdemokratischem Paradox aufzeigen: In seiner These, dass wir heute in einer simulativen Demokratie leben, in der wir uns einerseits auf Normen beziehen, autonome sowie souveräne Subjekte zu sein, und wir andererseits von diesen Normen abweichende Werte haben und eher Flexibilität und Individualität suchen, steckt auch die Annahme, dass wir uns – in diesem Modell – in den Modus eines Spiels begeben, das den Ernst auslagert. Denn die Realität, auf der die Norm der 70er und 80er Jahre aufsetzt, ist mittlerweile eine gänzlich andere. Die damals vorherrschenden politischen Verhältnisse, die von der »Beherrschung und fortschreitende[n] Einengung des Individuums« geprägt waren und »Selbstbestimmungs- / Selbstverwirklichungsforderungen« auslösten, in denen eine »partizipatorische Revolution [...] Autonomie und Emanzipation von Autoritäten«⁹¹ einforderte, gibt es in dieser Form nicht mehr. Gleichzeitig hält man jedoch an diesem Narrativ fest, will sich als autonomes und souveränes Subjekt erleben. Da aber die Basis dafür eine andere ist, wird das Erleben vor allem über die Inszenierung ermöglicht, ohne aber Konsequenzen dieser Arena der Artikulation erleben zu müssen. Im Gegenteil, die eigentlichen Realitäten, mit denen wir aktuell rechnen sollten, sind die Konsequenzen ausstehender sozialer und ökologischer Transformationen, denen die privilegierte und für politische Entscheidungen verantwortliche Schicht in Form simulativer Befriedung aus dem Weg geht und dabei eine Politik der Nicht-Nachhaltigkeit vorantreibt.

Das hieße jetzt also, egal, welche Inhalte im Rahmen gesellschaftlicher Aktivitäten verhandelt werden, weil diese Verhandlungen sich vermehrt in Form von Inszenierungen ereignen, in denen Wirklichkeit von der Realität isoliert wird, verlieren sie an Ernsthaftigkeit – im Sinne einer Verbindlichkeit, Nachhaltigkeit oder auch Bewusstheit über die Auswirkungen, Möglichkeiten und damit verbundenen Herausforderungen oder gar verursachten Schäden. Gleichzeitig erzeugen die Inszenierungen ein Gefühl von Zufriedenheit, ein Gefühl, als autonomes und souveränes Subjekt etwas getan zu haben und teilgenommen zu haben, wodurch in den Worten Blühdorns eine Befriedung von Konflikten und anstehenden sozialen und ökologischen Herausforderungen geschaffen wird, ohne die Konflikte tatsächlich anzugehen oder eine notwendige Transformation aktiv zu vollziehen.⁹² Die bitterernste Realität schwebt also über allem und solange sie gezähmt werden kann, ist alles gut. Die mahnende Prognose Blühdorns ist, dass diese Befriedungsstrategien nicht mehr lange funktionieren können.⁹³

4. Die Komplexität gesellschaftlichen und politischen Designs

Designer:innen aus dem Transformation-, Civic-, Social- oder Public Interest Design haben einen nicht zu unterschätzenden Anteil an der – entlang von Blühdorn, Baudrillard und Böhme – eingeführten Simulationsstrategie, denn sie sind es, die an der Professionalisierung und Herstellung von Inszenierungen beteiligt sind, die zur Politik der Nicht-Nachhaltigkeit beitragen. Ich war mit zwei Fragen gestartet. Erstens: Welche Rolle spielt Inszenierung

91 Blühdorn 2013, S. 53,
Schaubild 1.1.

92 Ebd., S. 179 oder S. 199.

93 Vgl. ebd., S. 253

am Erleben in simulativer Demokratie? Diese Frage wurde auf den letzten Seiten unter Berücksichtigung der neuen Ästhetik Böhmes mit dem Fokus auf den Inszenierungswert und die durch Medien veränderte Wirklichkeitsproduktion ausführlich dargelegt. Hierbei wurde die zweite Frage, wie Designer:innen an einer *Maximierung des Schadens* beteiligt sind, eher implizit verfolgt. Und wie anfangs angeführt und in der Einführung dieses Sammelbandes ausgeführt, ist die Frage nach der Maximierung des Schadens eigentlich eine Frage, wie in einem an der Gestaltung gesellschaftlicher Prozesse orientierten Design – beispielsweise Public Interest Design – mit Komplexität umgegangen werden kann, insbesondere dann, wenn man dies an Hand einer Demokratietheorie, wie der von Blühdorn, und einer ästhetischen Theorie, wie der von Böhme, tut? Eine mögliche Antwort lautet, eine Bewusstheit zu entwickeln, die es ermöglicht, exemplarisch an den hier angeführten Theorien, das eigene gestalterische Handeln abzugleichen. Daraus lassen sich zwar nur bedingt Handlungsanweisungen für die zukünftige Gestaltung ableiten, aber es lässt sich zumindest vermitteln, dass es eine Bewusstheit über die Komplexität und die daran gekoppelten Gestaltungsentscheidungen gibt. Ich will exemplarisch drei solcher aus meiner Analyse ableitbarer Bewusstheiten vorstellen:

1. Paradox-Bewusstheit: Blühdorn eröffnet ein Spannungsfeld, in dem demokratische Normen, die die Autonomie und Souveränität des Subjekts ins Zentrum rücken, in heutigen Demokratien eingefordert werden, obgleich sie auf der Basis einer Individualisierung, Flexibilisierung und Marktintegration nicht umgesetzt werden. Er nennt dies das postdemokratische Paradox, dem mit der Inszenierung eines Erlebens dieser demokratischen Normen begegnet wird, die vorwiegend dazu dient, das Gefühl zu vermitteln, autonom und souverän handeln zu können, ohne es aber tatsächlich zu tun. Designer:innen, die sich in dieses Feld hineinbegeben und sich dieser Konstellation bewusst sind, können die mit dem Paradox einhergehenden Widersprüche aufdecken und darin navigieren, sie berücksichtigen oder auch einordnen.
2. Konsum-Bewusstheit partizipativer Prozesse: In Anlehnung an Böhme wurde der Inszenierungswert vorgestellt, der von ihm eigentlich auf ästhetisch-ökonomische Prozesse der Warenwelt und des Wirtschaftswachstums angewendet wird und dazu dient, Begehren zu schaffen. Ich hatte nachgezeichnet, dass Partizipation gegenwärtig stark professionalisiert ist und einen großen Fokus auf das Eventhafte legt und dabei Individualität, Flexibilität und die Marktintegration der Beteiligten berücksichtigt. Der Inszenierungswert dient hier dem postdemokratischen Paradox, sich als autonomes und souveränes Subjekt zu erleben. Auch hier wieder erscheint es für Designer:in relevant zu werden, eine Bewusstheit dafür zu haben, inwiefern man selber an der Erzeugung von Inszenierungswerten beteiligt ist und sich der Mittel bedient und selbst Prozesse anstößt, die mitverantwortlich für soziale und ökologische Konflikte sind.
3. Konsequenz-Bewusstheit des Handelns: Im letzten Kapitel habe ich die Differenz von Wirklichkeit und Realität aufgezeigt. Hierbei wurde in Anlehnung an Baudrillards Simulationsbegriff herausgearbeitet, dass als Folge medialen Einflusses der letzten Jahrzehnte die Erscheinungen von Wirklichkeiten ohne Realität dazu beitragen, die

eigenen Autonomie- und Souveränitätsbestrebungen als spielerische und von Konsequenzen befreite Handlungen zu erleben. Da der gestalterische Eingriff in gesellschaftliche Prozesse reale Auswirkungen hat, ist eine Bewusstheit über die Konsequenzen des eigenen gestalterischen Handelns ausschlaggebend. Andererseits erscheint es ebenfalls von Bedeutung zu sein, auch diejenigen, die an den gestalteten Prozessen partizipieren, eine solche Bewusstheit mitzugeben.

Literatur

Baudrillard, Jean: Agonie des Realen, Berlin 1978.

Blühdorn, Ingolfur: billig will Ich: Post-demokratische Wende und Simulative Demokratie. In: Forschungsjournal neue soziale Bewegungen, 19(4), Oldenbourg 2006, S.72-83.

Blühdorn, Ingolfur: Simulative Demokratie. Neue Politik nach der Postdemokratischen Wende, Frankfurt am Main 2013.

Blühdorn, Ingolfur: Zur Zukunftsfähigkeit der Demokratie: Nachdenken über die Grenzen des demokratischen Optimismus. In: Forum Wissenschaft & Umwelt (Hg.), Demokratie & Umweltkrise. Brauchen wir mehr Mitbestimmung? (Wissenschaft & Umwelt / Interdisziplinär 14), München 2011, S.19-28.

Böhme, Gernot: Aisthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre, München 2001.

Böhme, Gernot: Ästhetischer Kapitalismus, Frankfurt am Main 2016.

Böhme, Gernot: Atmosphäre als Thema des Designs. In: Christoph Rodatz / Pierre Smolarski (Hg.), Was ist Public Interest Design. Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018, S.273-279.

Böhme, Gernot: Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik, Frankfurt am Main 1995.

Rodatz, Christoph: Der Schnitt durch den Raum. Atmosphärische Wahrnehmung in und außerhalb von Theaterräumen, Bielefeld 2010.

Rodatz, Christoph / Smolarski, Pierre (Hg.): Was ist Public Interest Design. Beiträge zur Gestaltung öffentlicher Interessen, Bielefeld 2018.

Nils Rölller: Simulation. In: Joachim Ritter / Karlfried Gründer (Hg.), Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 9, Sp.795f, Basel 1995.

Seel, Martin: Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs. In: Josef Früchtel / Jörg Zimmermann (Hg.), Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens, Frankfurt am Main 2001, S.48-62.

Strehle, Samuel: Zur Aktualität von Jean Baudrillard. Einleitung in sein Werk, Wiesbaden 2012.

INGO OFFERMANN

Vereindeutigen vs. Übersetzen

Gestaltung trotz Komplexität

Beim Übersetzen muss man bis ans
Unübersetzliche herangehen;
alsdann wird man aber erst die fremde
Nation und die fremde Sprache gewahr.¹

(Johann Wolfgang von Goethe)

Wandern und Spaziergangswissenschaft² war gestern. Surfen ist Gegenwart, und nur Gegenwart. Dabei sind Komplexität und Krise wie Wasser und Wind, und Sieger ist, wer die Welle am längsten und smartesten reitet, ohne von ihr verschlungen zu werden. Es gilt also nicht im Wasser zu sein, sondern auf der Welle. Und es gilt genau die Bucht bzw. Nische zu finden, die eine perfekte Inszenierung erlaubt. Zeitgenössisches Grafikdesign folgt diesem Beispiel. In diesem Sinne gleicht Gestaltung in ihrer Auseinandersetzung mit komplexen Sujets eher einem smarten Gleiten auf der Oberfläche von Verwirbelungen als einem entschleunigten und (selbst-)reflexiven Begehen und Durchdringen von Widersprüchen. Hat Sloterdijk also recht, wenn er sagt, dass Design nichts anderes sei als eine »Souveränitätssimulation«, die helfe, »in Form zu bleiben inmitten des Formzersetzenden«³? Schließlich liefert Design uns die Mittel, um Geräte und Situationen (oberflächlich) zu beherrschen, deren strukturelle Komplexität die Kompetenz der meisten Individuen überfordert. Ein Angebot, das wir alle gerne annehmen, da wir modernen Könner in diversifizierten Spezialistengesellschaften immer weniger immer besser können, und darum Mittel und Gesten (Interfaces, Style Coaches, Küchenmaschinen, Rhetorik-Trainer, Art Advisors, ...) benötigen, um dem Nichtgekonnten nicht ohnmächtig, sondern beschleunigt und mit Handlungsanweisungen begegnen zu können.

Wir erleben eine Welt, die kaum noch weiter globalisiert werden kann, in der es kein Außerhalb mehr gibt, und das Miteinander angesichts eines selbstbezüglichen Produktions- und Wachstumsrausches zunehmend erodiert. Die kommerzialisierte Vernetzung (analog und digital) führt zu einer ebenso uniformen wie wuchernden Akkumulation von Daten und Produkten, und (Grafik-)Design hilft diese gleich-gültige Akkumulation nicht als Unberechenbarkeit und/also Überforderung, sondern als Genuss zu empfinden. Unberechenbarkeit, und damit einhergehend Reibungs- und Zeitverlust, passen nämlich nicht in ein System, das Produktivität zur höchsten Tugend erhebt. Darum ist jedes Gleitmittel willkommen.

Genuss und Entspannung entsteht, wenn eine Balance aus Reiz und Geschmeidigkeit erreicht wird, die kalkulierbare Affekte stimuliert und das Fremde in Bekanntes (Uniformes) assimiliert. Aber ist damit die Aufgabe von zeitgenössischem (Grafik-)Design schon beschrieben? Oder ist dies nur eine der Möglichkeiten, die die Disziplin zwar bietet, die aber ihr Potenzial für sinnstiftende visuelle Kommunikation nicht ausschöpft?

1 Goethe, Johann Wolfgang von: Maximen und Reflexionen, Wiesbaden 2012, S. 172.

2 Vgl. Burckhardt, Lucius: Warum ist Landschaft schön? Die Spaziergangswissenschaft, Berlin 2006

3 Sloterdijk, Peter: Der ästhetische Imperativ. In: Schriften zur Kunst, Berlin 2014, S. 144

Grafikdesign (oder Kommunikationsdesign, oder visuelle Kommunikation) nimmt für sich in Anspruch, durch den professionellen Einsatz einer visuellen Sprache zu vermitteln, zu werben und zu verführen. Für sich genommen ist es zunächst weder gut noch schlecht zu vermitteln, zu werben und zu verführen, auch wenn Letzterem der Moment der Unaufrichtigkeit anhaftet. Eine (moralische) Bewertung – wenn man sich die Mühe überhaupt machen will – greift erst, wenn klar wird, in wessen Dienst übertragen, geworben und verführt wird, bzw. wie sich dieser Dienst zur Gesellschaft verhält, in der man agiert. Eine Bewertung sollte aber – so meine These – ebenso sehr Logos wie Pathos und Ethos miteinschließen, da »ein richtig verstandenes Grafikdesign keineswegs den Zwecken äußerlich ist; vielmehr gilt: Die Gegenstände des Grafikdesigns arbeiten an den Konturen der Zwecke selbst mit.«⁴ Hier wird nicht nur funktional (>wortgetreu<) vermittelt, sondern hier werden Übersetzungen innerhalb und zwischen Gesellschaften entwickelt und umgesetzt, aus denen eine Verantwortung erwächst, die mit einer Logik standardisierter Arbeitsprozesse (Sensation, Omnipräsenz, Lautstärke, Trend, Exklusivität, Lesbarkeit) nicht zu erfassen ist. Übersetzungen sind nämlich immer auch Interpretationen, da sie versuchen durch Rede und Gegenrede, durch Exploration, Analyse, Kritik und Erfindung fremden Logos zur Gesellschaft und die Gesellschaft zu diesem Logos zu bringen, wie der Schriftsteller und Übersetzer Karl Dedecius in seinem Buch »Vom Übersetzen« ausführt.⁵

Andersmöglichsein durch Übersetzung

Der Architekt und Designtheoretiker Friedrich von Borries spricht dem Design ein politisches, also kritisches und interventionistisches Potenzial zu, das aus dem »dem Design immanenten Spannungsfeld zwischen Verwurzelung im sozialen und ökonomischen Alltag, spekulativer Wunschproduktion und künstlerischer Imaginationskraft«⁶ erwächst. Ich verstehe das im Sinne des Entwerfens eines ›Andersmöglichseins‹, wie es die Designtheoretikerin Annette Geiger in ihrem Buch »Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs« beschreibt:

Designästhetik ist weniger eine Theorie der schönen Dinge, als eine Theorie des reflektierten Lebens mit Dingen. [...] Sie fragt, wie Menschen durch den ästhetischen Umgang mit Artefakten und Szenarien das Andersmöglichsein von Welt entwerfen. [...] Kritik und Widerstand gehören per Definition dazu, denn jede gute Form zielt auf die Reform des Gegebenen im Sinne des Menschen.⁷

4 Feige, Daniel Martin: Ästhetik des Grafikdesigns. In: Ingo Offermanns (Hg.), *Graphic Design Is (...)* Not Innocent, Amsterdam 2021, [im Erscheinen].

5 Vgl. Dedecius, Karl: *Vom Übersetzen*, Frankfurt am Main 1986, S.45 f.

6 Borries, Friedrich von: *Weltentwerfen*, Berlin 2016, S.136.

7 Geiger, Annette: *Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs*, Bielefeld 2018, S.100 f.

Zeitgenössisches Grafikdesign scheint mir oft weniger gegenwärtig zu sein. Schauen Sie mir nämlich eine Vielzahl von Grafikdesignforen (Festivals, Biennalen, Symposien, Preise, Blogs) an, bekomme ich es eher mit individuellen Leistungsschauen zu tun, ähnlich denen bei Messeauftritten, wo es zu selten um Befragung, Analyse oder Kritik geht, sondern um Machtbehauptungen innerhalb eines Berufsfeldes mithilfe ausgefeilter Inszenierungstechniken. Mir drängt sich der Eindruck auf, dass sich die Kräfte von Wunschproduktion und Imaginationskraft vor allem auf das von Defizit- und Versagensängsten getriebene Selbstdesign⁸, also das persönliche Überleben im ökonomischen Alltag richten, und nicht auf ein Andersmöglichsein des individuellen und gesellschaftlichen Strebens. Es werden primär Kräfte mobilisiert, um kompetitiv Aufmerksamkeit, Individuation und Begehren für Gestalter*in und Auftraggeber*in zu erreichen, statt – im Bezug auf Grafikdesign – in der Übersetzung Positionen spekulativ aufzubrechen, und statt eines monologischen Schlagabtauschs das Experiment im Dialog zu suchen.

Übersetzung zielt auf ein dynamisches und nicht präzise zu identifizierendes Zwischen. Es ist dialogisch⁹ und befasst sich mit dem Abstand statt mit der Differenz zwischen verschiedenen Parteien, um Gemeinsamkeiten auszumachen, die Parteien in Spannung zu halten

8 Friedrich von Borries macht einen Unterschied zwischen dem befreienden bzw. >entwerfenden< und dem >unterwerfenden< Potenzial von Selbstdesign. Unterwerfendes Selbstdesign, das ich hier im Blick habe, beschreibt er so: »Selbstdesign, das Selbstoptimierung ist, gehorcht der Wachstumslogik des Kapitalismus. Auch das Ich soll in seinen Möglichkeiten wachsen, seine Potenziale ausschöpfen und Profit – welcher Art auch immer – generieren. So droht ein Selbstdesign, in dem und durch das der Mensch sich selbst zum Produkt macht, sich in Produktentwicklungszyklen neu interpretiert, der Marktlage anpasst und versucht, sich durch Design auf den verschiedenen Absatzmärkten optimal zu positionieren.« (von Borries 2016, S.103 f.)

9 »Im Griechischen bezeichnet *dia* sowohl einen Abstand als auch einen Verlauf. Ein *Dia-log*, dass wussten bereits die Griechen, ist umso ergiebiger, wenn dabei ein Abstand im Spiel ist [...]. Wenn beide Parteien mehr oder weniger dasselbe sagen, ist der Dialog nichts als ein zu zweit geführter Monolog, und der Geist kommt dabei keinen Schritt voran. *Dia* bezeichnet jedoch den

einen Raum durchquerenden Weg, wobei der Raum sich als widerständig erweisen kann. Ein Dialog ereignet sich nicht unmittelbar, sondern er braucht Zeit: Ein Dialog ist ein Verlauf. [...] Angesichts dessen bezeichnet *logos* das Gemeinsame des Intelligiblen, das paradoxerweise zugleich die Bedingung und das Ziel dieses Dialogs darstellt. Das heißt, durch diese Abstände hindurch wird ein Gemeinsames geboren, indem jede Sprache, jeder Gedanke, jede Position sich durch die andere ergänzen lässt, so dass in diesem nun aktiven Zwischen ein gemeinsames Verständnis auftauchen kann – selbst wenn dieses nie vollständig realisiert werden wird (das Intelligible ist insofern ein Potenzial). Bei diesem Gemeinsamen handelt es sich weder um eine Resorption der Abstände noch um erzwungene Assimilation, sondern um etwas, das durch die interne Spannung zwischen nun operativen Abständen produziert wird: Es wird nicht aufgezwungen, nicht von vornherein als gegeben angenommen, es wird vielmehr befördert.« (Jullien, François: Es gibt keine kulturelle Identität, Berlin 2017, S.89 f.)

und zugleich ihre Positionen wechselseitig aufzubrechen und zueinander zu bringen. Der Philosoph und Sinologe François Jullien präzisiert dieses Verhältnis so:

[...] die Differenz setzt [...] auf eine Unterscheidung, während der Abstand den Blick auf eine Entfernung richtet. Daraus folgt, dass die Differenz klassifikatorisch ist, die Analyse funktioniert über Ähnlichkeiten und Unterschiede; zugleich ist sie identifizierend: Indem man von ›Unterschied zu Unterschied‹ voranschreitet, wie Aristoteles sagt, gelangt man zu einem letzten Unterschied, der das in seiner Definition ausgedrückte Wesen des Dings zu erkennen gibt. Demgegenüber erweist sich der Abstand als eine Denkfigur nicht der Identifikation, sondern der Exploration, die andere Möglichkeiten zutage fördert. Folglich hat der Abstand keine klassifikatorische Funktion, anders als bei der Klassifikation werden keine Typologien erstellt, vielmehr besteht das Ziel gerade darin, über diese hinauszugehen: Mit dem Abstand verbindet sich kein Zurechtrücken, sondern ein Verrücken.¹⁰

Werbung zielt demgegenüber primär auf klassifikatorische Vereindeutigung, um mithilfe eines Brands (bzw. einer visuellen Identität) Exklusivität zu erreichen und (vermeintliche) Bedürfnisse in Nachfrage zu verwandeln. Dabei speist sich die Exklusivität aus Variationen von Ähnlichem statt aus heterogener Diversität, um der Effizienz- und Verwertungslogik des globalisierten Kapitalismus zu genügen.¹¹ Im Verdrängungswettbewerb um Aufmerksamkeit sind Sensation, Omnipräsenz, Lautstärke, Trend, Exklusivität und Lesbarkeit ihre Referenzen – alles berechenbare Größen¹² –, und manipulative Affektproduktion ist ihr Ziel. Das ist zwar auch eine Form von Vermittlung, aber eine Vermittlung in Form einer Einbahnstraße ohne Abwege.

Da die Geschichte des Grafikdesigns eng mit der Entstehung unserer heutigen ökonomischen Prinzipien verknüpft ist, stellt sich aber die Frage, inwieweit sich Grafikdesign das von von Borries und Geiger skizzierte Spannungsfeld überhaupt zu eigen machen kann? Schließlich ist Grafikdesign eine Gestaltungsdisziplin, die größtenteils von (kommerzieller) Beauftragung abhängig ist, überwiegend mit (präzisen) wortsprachlichen Aussagen anderer arbeitet, immer in (Wort-)Sprache eingebettet ist und deren Artefakte sich durch ihre Nutzer*innen in einem deutlich geringeren Maße aneignen lassen als beispielsweise die

10 Jullien 2017, S. 36.

11 Der Islamwissenschaftler Thomas Bauer beobachtet dasselbe in Bezug auf industriell produzierte Popmusik, die Logos durch Pathos ersetzt: »Ähnlich, wie der zunehmenden Anzahl von Schokoriegelsorten keine wirkliche Steigerung der Lebensmittelvielfalt entspricht, sind auch diese industriell verfertigten Popsongs eher ein Symptom für Vereindeutigung der Welt als für künstlerische Vielfalt.« (Bauer, Thomas: Die Vereindeutigung

der Welt. Über den Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt, Ditzingen 2018, S. 73)

12 Wie selbst einfache Algorithmen schon heute diese Referenzen bedienen können, kann man hier sehen: <https://www.brandcrowd.com> (Abruf: 18.12.2020), https://placeit.net/online-poster-maker?gclid=EAIaIQobChMIoLaShM_16QIViMmyCh30-AUGEAAYA-SAAEgJbevD_BwE (Abruf: 18.12.2020). Und die KI-Forschung steht erst am Anfang.

der Mode oder Architektur. Außerdem sollte man sich nichts vormachen: Der Zweck der (visuellen) Rhetorik besteht in der effizienten Verwendung seduktiver Heuristiken, um Einstellungen zu bilden und Handlungen zu beeinflussen.¹³ Dennoch setzt Persuasion Wahlmöglichkeiten voraus. Und hier sehe ich das Potenzial für eine verstärkte Hinwendung zu einem Andersmöglichsein: Gestalten bedeutet nicht vermeintlichen Zwangsläufigkeiten zu folgen, sondern Wahlmöglichkeiten zu erkunden, wahrzunehmen und offenzulegen. Es bedeutet (kommunikative) Spielräume aus Sicht der unterschiedlichen Autor*innen auszuloten und durchlässig zu machen – wobei eben auch der/die Gestalter*in durch die Übersetzung und/also Interpretation zum/zur Autor*in wird.

Autorschaft, Dialog und Diversität

Nun kann man sich fragen, wie viel Autorschaft Grafikdesigner*innen hervorbringen können und sollen? Schließlich steht meist die von ›außen‹ an sie herangetragene Aussage im Zentrum des kommunikativen Spielraums. Sie ist die narrative Zündung und bleibt wichtigste Referenz. Die Übersetzung und/also Interpretation der Aussage fordert dann aber sogleich Autorschaft, die sich subjektiv zwischen Aussage und Rezipient*innen bewegt. Denn jede Aussage kann auf sehr unterschiedliche Weise interpretiert werden, ähnlich wie man das aus Theater oder Musik kennt. Die (visuell) zu kommunizierende Aussage ist also Verhandlungsgegenstand.

Im besten Fall steht die Interpretation im durchlässigen Dialog mit dem grundlegenden inhaltlichen Impuls, den Auftraggeber*innen (deren Impulse, z. B. im Fall einer Beauftragung durch eine/n Verleger*in oder eine/n Galerist*in, nicht notwendigerweise deckungsgleich mit dem grundlegenden inhaltlichen Impuls sein müssen), den Gestalter*innen, sowie dem Interesse der Rezipienten. Im schlimmsten Fall verzerrt die Übersetzung durch den/die Gestalter*in die Wahrnehmung des ursprünglichen Impulses derart, dass die Interpretation etwas völlig anderes als die ursprüngliche Aussage behauptet, und die Kommunikation dominiert.

Grafikdesigner*innen analysieren das Narrativ der an sie herangetragenen Aussage, inventarisieren ihr erzählerisches Potenzial und akzentuieren bestimmte Aspekte der Aussage bzw. geben diesen einen Charakter, um sie zugänglich und durchlässig zu machen, und so das Zwischen von grundlegendem inhaltlichen Impuls, Auftraggeber*in, Gestalter*in und Vierten zu aktivieren. Geht man davon aus, dass in unserer differenzierten und vernetzten Welt Inhalte potenziell divers sind, sollte man annehmen, dass die eben beschriebene Verfahrensweise zu ebenso diversem (visuellen) Ausdruck führt. Schließlich sollte Übersetzung – wie eingangs gesagt – mit der Stimme (und der Autorschaft) des/der Gestalter*in fremden Logos zur Gesellschaft und die Gesellschaft zu diesem Logos bringen. Übersetzung heißt in diesem Sinne nicht, Fremdes in Bekanntes zu zwingen, es bedeutet nicht

13 Vgl. Bonsiepe, Gui: *Visuell-Verbale Rhetorik*. In: Gesche Jost / Arne Scheuermann (Hg.), *Design als Rhetorik*, Berlin 2008, S.28 f.

Assimilation, nicht Fokussierung auf Ähnliches, sondern die Suche nach Gemeinsamem und das In-Spannung-Versetzen von jeweiliger Einzigartigkeit.

Schaue ich mir die international vielfach zu beobachtende visuelle Gleichförmigkeit [westlicher Prägung] des kommerziellen, sowie des ›Hipster‹-Mainstreams im Grafikdesign an, frage ich mich allerdings, wie viele Gestalter*innen diesem Anspruch wirklich folgen? Zu beobachten ist vielmehr das Bestreben entweder eine uniforme visuelle Sprache zu synthetisieren – zumindest eine, die für eine Zeit oder eine Generation imperativ und ›universell‹ funktioniert –, oder sich eskapistisch ins hermetisch Subjektivistische bzw. Identitäre zurückzuziehen. Nur, wo bleibt da das Bewusstsein für das Plurale, das Poröse, die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen – also dem, was globale Vernetzung potenziell eben auch hervorbringt? Wo bleiben da Resonanz, Exploration, Mehrsprachigkeit, Ambiguität, und Nuance? Es entsteht der Eindruck, dass sich viele Gestalter*innen eher den Zwängen des ökonomischen Alltags ergeben, als sich darauf einzulassen eine polyglotte übersetzerische Intelligenz zu entwickeln, die Diversität, Vielfalt und Polyphonie im Dialog betont.

Was ich für die heutige Zeit festzustellen glaube, ist schon am Beginn des 20. Jahrhunderts von dem Schriftsteller Stefan Zweig beschrieben worden:

Stärkster geistiger Eindruck von jeder Reise in den letzten Jahren [...]: ein leises Grauen vor der Monotonisierung der Welt. Alles wird gleichförmiger in den äußeren Lebensformen, alles nivelliert sich auf ein einheitliches kulturelles Schema. Die individuellen Gebräuche der Völker schleifen sich ab, die Trachten werden uniform, die Sitten international. Immer mehr scheinen die Länder gleichsam ineinandergeschoben, die Menschen nach einem Schema tätig und lebendig, immer mehr die Städte einander äußerlich ähnlich. [...] Nicht ungestraft gehen alle Menschen gleich angezogen [...]: die Monotonie muss notwendig nach innen dringen. Gesichter werden einander ähnlich durch gleiche Leidenschaft, Körper einander ähnlicher durch Sport, die Geister ähnlicher durch die gleichen Interessen. Unbewusst entsteht eine Gleichförmigkeit der Seelen, eine Massenseele durch den gesteigerten Uniformierungstrieb, eine Verkümmern der Nerven zugunsten der Muskeln, ein Absterben des Individuellen zugunsten des Typus.¹⁴

Interessanterweise sind inzwischen große Teile der Gesellschaft an anderer Stelle sehr um Vielfalt und Diversität bemüht, nämlich wenn es um biologische Artenvielfalt geht. Hier wird zunehmend erkannt, dass vielfältige Lebensräume stabiler und anpassungsfähiger sind als Monokulturen. Vielfalt bedeutet darum Vorsorge: Nur mit biologischer Vielfalt ist Evolution unter sich ändernden Bedingungen möglich.¹⁵ Wenn der Living Planet Index des WWF also

14 Zweig, Stefan: Die Monotonisierung der Welt. In: Zeiten und Schicksale. Aufsätze und Vorträge aus den Jahren 1902-1942, Frankfurt am Main 1990, S. 30 f.

15 Vgl. <https://murmman-magazin.de/society/2017/05/biologische-vielfalt-darum-ist-das-thema-wichtig/> (Abruf: 18.12.2020).

feststellt, dass die Artenvielfalt zwischen 1970 und 2005 um 27% abgenommen hat,¹⁶ werden in vielen Gesellschaften Gegenmaßnahmen gefordert.

Zeitgleich stellt die Gesellschaft für bedrohte Sprachen fest, dass fast ein Drittel der ca. 6500 weltweit gesprochenen Sprachen innerhalb der nächsten Jahrzehnte aussterben wird.¹⁷ Das Wissen um diesen kulturellen Verlust, den Verlust die Welt auf unterschiedliche Weise, also facettenreicher wahrzunehmen und zu erzählen, ist wahrscheinlich weniger verbreitet als das Wissen um den Verlust biologischer Artenvielfalt, und es ist zu vermuten, dass es auch weniger verbreitet ist, diesen Verlust zu problematisieren. Klammern sich doch viele an die Hoffnung einer universellen Sprache, die die Menschheit einfacher und effizienter miteinander kommunizieren lässt – auch wenn das eine Hegemonie dieser Sprache (bzw. eine Monokultur) bedeuten würde. Aber was geben wir dafür auf? François Jullien schreibt dazu:

Wenn wir nur noch eine Sprache sprechen, wenn die fruchtbaren Abstände zwischen den Sprachen verloren gehen, können diese sich nicht länger wechselseitig reflektieren. Sie werden ihre jeweiligen Ressourcen nicht mehr zu erkennen geben. Wir denken dann nur noch in standardisierten Begriffen, die uns dazu verleiten, das für universell zu halten, was eigentlich nur Stereotype des Denkens sind. ›Babel‹ ist in Wirklichkeit eine Chance für das Denken.¹⁸

Was für gesprochene Sprache gilt, gilt in meinen Augen ebenso für visuelle Sprache. Reagiert man aber auf Diversität und Ambiguität – gemäß der Effizienz- und Verwertungslogik des globalisierten Kapitalismus – mit dem Gestalten von visueller Uniformität (missverstanden als Gemeinsames), sowie exklusiven und gleich-gültigen visuellen Identitäten¹⁹, folgt man also dem Streben nach Vereindeutigung, Deutungshoheit und Alternativlosigkeit, erweist man dem (explorativen) Dialog einen Bärendienst, denn das Kulturelle zeichnet sich eben dadurch aus, dass es gleichzeitig vielfältig und einzigartig ist. Darum plädiere ich dafür, den Fokus verstärkt auf das übersetzerische Potenzial von visueller Kommunikation zu richten. Dort sind nämlich Momente spekulativer Wunschproduktion und künstlerischer Imaginationskraft, dort ist also ein Andersmöglichsein auszumachen.

16 Vgl. Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen: Rote Liste der bedrohten Nutztier-rassen in Deutschland 2016. <http://www.g-e-h.de/images/stories/news/pdf/roteliste.pdf>

17 Vgl. Gesellschaft für bedrohte Sprachen e. V. <http://www.uni-koeln.de/gbs/> (Abruf: 18.12.2020).

18 Jullien 2017, S. 55.

19 »...wobei sich jede Kultur auf ihre angebliche Identität zurückzieht, so dass einem nichts anderes übrig bleibt, als diese Kulturen in ihre jeweiligen Welten einzusperren – das ist der sogenannte ›Kulturalismus‹, der einem denkfaulen Relativismus den Weg bereitet, der gar nicht erst versucht, seine eigenen Grenzen zu überwinden.« (Jullien 2017, S. 77)

Vermittlung, Übertragung, Nachdichtung und die Unlust an der eigenen Person

Gestalterische Übersetzer*innen sind Wanderer zwischen verschiedenen Arten zu denken, zu kommunizieren und zu leben. Sie anthologisieren, sammeln, suchen mehrere Antworten zugleich, in der Hoffnung, dass eine davon widerhallt. Es geht nicht um Überschreitung, Besitzergreifung, Unterwerfung oder Gleichschaltung, sondern um ein Hin und Her, ähnlich dem Dienst eines Fährmanns, der die Kommunikation zwischen Ufern ermöglicht.²⁰ Übersetzung ist keine monologische Einbahnstraße, sondern sie hält alle Impulsgeber dialogisch im Blick.²¹ Sie sucht auch das Universelle, aber sie sucht es im Gemeinsamen, und nicht im totalitär (essenzialistischen) Einen, oder im oberflächlich Ähnlichen, Assimilierbaren.²²

Übersetzung befasst sich mit dem Zwischen, mit dem Übergang. Sie ist kein Kompromiss, kein kleinster gemeinsamer Nenner, sondern ein In-Spannung-Versetzen, um die verschiedenen (visuellen) Sprachen zu öffnen, sie aus ihrem Konformismus herauszuholen und ihre Potenziale zu erproben. Dabei darf sich die kommunikative Leistung, die gestalterische Übersetzung, nicht in raffinierten Briefings, Brainstormings und (wortsprachlichen) Herleitungen bzw. Konzepten erschöpfen, sondern sie muss mindestens so sehr im endgültigen visuellen Artefakt zum Ausdruck kommen, denn genau dort findet die Namengebung an fremde, bislang namenlose (gesichtslose) Wesen statt, genau dort wird Fremdes beiderseits kenntlich und verständlich gemacht.²³ Das Artefakt macht Inhalte, Parameter und Prozesse erlebbar, ist sinnlicher Wiederhall und Nachhall dieser Aspekte, und ermöglicht somit ein Erschließen von Sinn durch die Sinne. Ambitionierten, komplexen kommunikativen Konzepten mit Variationen trendiger visueller Uniformität zu begegnen, würde die Ambitionen also ad absurdum führen.

Insofern geht es mindestens so sehr um das Wie wie um das Was. Die Schriftstellerin und Übersetzerin Esther Kinsky bemerkt dazu:

Jede Übersetzung ist in erster Linie das Ergebnis eines Gestaltungsprozesses von Sprache als Material, der nicht aus der Beschäftigung mit einem Gegenstand erwächst, sondern aus der Beschäftigung mit der Spannung zwischen zwei Arten der Behandlung eines Gegenstands. Das ist ein Prozess, in dem das ›Was‹ hinter dem ›Wie‹ zurücktritt. [...] Das ›Was‹ ist nur insofern interessant, als es Schichten des ›Wie‹ offenlegt, die weiter und tiefer reichen, als die meisten Leser vermuten.²⁴

20 Vgl. Dedecius 1986, S.27.

21 Augenfällig wird das z.B. bei der »Biblia Polyglotta« (Antwerpen, 1568-1573, von Christopher Plantin), einer Bibel in fünf Sprachen, die parallel zueinander laufen, um im Vergleich der Sprachen zu einem differenzierten Verständnis des Textes zu kommen.

22 Totalitäre (identitäre) Ideologien wollen erreichen, dass alles exakt

so ist, wie es sich die jeweilige Ideologie vorstellt. Im Diskurs der Authentizität ist darum dann alles gut, wenn alles so ist, wie ich mir das vorstelle, d. h. die Würde eines Menschen wird von dessen Ähnlichkeit zu einem selbst abhängig gemacht.

23 Vgl. Dedecius 1986, S.21.

24 Kinsky, Esther: Fremdsprechen, Berlin 2019, S.8 f.

Sprache ist kein Wert, den man berechnen oder besitzen kann, sondern eine nur bedingt zu zählende Ressource, aus der alle schöpfen können. Sprache ist ein System von Kürzungen, die in ihrer Gesamtheit ungenau ist. Sie läuft neben dem Was her, ist ihm auf der Spur, ihm manchmal voraus, doch selten mit ihm deckungsgleich.²⁵ Was Karl Dedecius für Wort- und Schriftsprache beschreibt, gilt in noch größerem Maße für die visuelle Sprache, da Grafikdesign Wort- und Schriftsprache in den retinalen Raum übersetzt. Aber auch sie birgt das Potenzial von Präzisierung einerseits und Durchlässigkeit andererseits. Auch dem/der visuellen Übersetzer*in stehen als Bezugsrahmen (visuelle) Sprache(n), Thema, Ideen, Zeit, Autor, Werk, Raum, Form, Deutung und Bedeutung zur Verfügung.

Sich auf die (visuelle) Sprache anderer einzulassen bedeutet geistige und symbolische Ressourcen zu inventarisieren und führt zum kulturellen In-Beziehung-Setzen. Dieses In-Beziehung-Setzen ist Übersetzung und sollte nach meinem Dafürhalten Augenmerk von Grafikdesign sein.²⁶ Das Streben nach einer sprachlichen Internationale, ebenso wie das nach identitärer Isolation, ist darum so idealistisch wie destruktiv:

Nur eine einzige Sprache zu haben wäre gewiss um vieles einfacher, allerdings würde das von Anfang an eine erzwungene Vereinheitlichung bedeuten. Der Austausch würde erleichtert, es gäbe jedoch nichts mehr auszutauschen, jedenfalls nichts wirklich Einzigartiges. Alles fände sich in einer Sprache geordnet, es gäbe keine Abweichungen mehr, die etwas durcheinanderbringen könnten, jedes Sprechen-Denken – jede Kultur – könnte dann, wie bereits gesagt, nur mehr in identitärer Weise und starrköpfig, auf seinen ›Unterschieden‹ beharren.²⁷

Im Sinne Karl Dedecius' möchte ich an dieser Stelle eine – zugegebenermaßen etwas grobe – Differenzierung des Begriffs Übersetzung vorschlagen, die für die gestalterische Praxis vielleicht hilfreich sein kann: die zwischen Vermittlung, Übertragung und Nachdichtung. Bei der Vermittlung geht es darum, Informationen genau (›wortgetreu‹), aber ohne kontextuelle und gegenwärtige Erweiterung wiederzugeben. Bei der inhaltlichen Übertragung setzt demgegenüber eine solche, also spekulative Erweiterung ein. Bei der Nachdichtung greift schließlich die künstlerische Imaginationskraft, die – genauso wie beim Verhältnis von Denken zu Nachdenken – Reflexion, Rede, Gegenrede, Dialog, Kritik, Interpretation und Integration miteinschließt. Das Künstlerische verstehe ich hier also als »eine ästhetische Praxis der Reflexion unserer selbst im Medium eigensinniger Formgebung«²⁸, die durch ihre Praxis ein gegenwärtiges (also kritisches) Moment zur gesellschaftlichen

25 Vgl. Dedecius 1986, S.35 f.

26 »Solange nicht die Fremdheit, sondern das Fremde gefühlt wird, hat die Uebersetzung ihre höchsten Zwecke erreicht, wo aber die Fremdheit an sich erscheint, und vielleicht gar das Fremde verdunkelt, da ver-räth der Uebersetzer, dass er seinem Original nicht gewachsen ist.«

(Humboldt, Wilhelm von: Einleitung zu Agamemnon. In: Aeschylus' Agamemnon metrisch Übers., Gesammelte Schriften, Abt. 1, Werke, Bd. VIII, Berlin 1903-1936, S.132)

27 Jullien 2017, S.89 f.

28 Feige, Daniel Martin: Design. Eine philosophische Analyse, Berlin 2005, S.18.

Realität hervorbringt. Diese Differenzierung des Begriffs Übersetzung soll aber kein Entweder-oder skizzieren, sondern drei Aspekte von Übersetzung aufzeigen, die bei jeder Übersetzung zum Tragen kommen, über deren Gewichtung bei jeder Übersetzung aber neu entschieden werden muss, um eine Koordination von Disziplin und Freiheit, Artverwandtschaft und Fremdheit, Sinn und Form zu erreichen.

Da, wie eingangs gesagt, kulturelle Symbolisierungen immer Teil gesellschaftlicher Verhältnisse sind, ebenso wie gesellschaftliche Verhältnisse nicht ohne kulturelle Symbolisierungen bestehen können, sollte in meinen Augen aber das exploratorische und künstlerische Moment besonders ernst genommen werden. Hier liegt das Potenzial den Zwängen des ökonomischen Alltags Alternativen, also ein Andersmöglichsein, abzutrotzen. Es geht darum – neben dem Bemühen um Vermittlung – das Operative, Offene und Ambige visueller Übersetzung miteinzubeziehen. Auf diese Weise könnte die selbstbestimmte, eigensinnige Aneignung eines Texts bzw. einer Information durch den/die Leser*in – ein produktives ›Wildern‹ – stimuliert werden.

Eine solche Durchlässigkeit würde unterschiedliche Wege des Geistes eröffnen, und es würde uns, im Gewähr-Werden von Diversität und Fremdheit, uns selbst und unsere Umwelt facettenreicher erkennen lassen:

Landläufige Information behandelt das Fremde klinisch, vordergründig, als ein Drittes. Die literarische Übersetzung bezweckt das, was Sigmund Freud im Gegensatz zur Schulmedizin schaffte, nämlich das Zwiegespräch des Arztes mit dem Patienten, sie beruht auf Partnerschaft. Ihr gilt das Fremde als ein Zweites. Die Übersetzung führt durch Zwiegespräche zu Hintergründen, die die Drittinformation verborgen lässt.²⁹

Das genaue Konturieren einer (visuellen) Sprachform kann darum nur ein Bemühen sein sich ›angreifbar‹ zu machen. Sie kann nur als temporäre Dialogsetzung sinnvoll sein, die sich mit der Antwort des Gegenübers ändern will. François Jullien begreift Übersetzung in diesem Sinne als inhärent ethisch.³⁰

Wenn Friedrich von Borries von der dem Design innewohnenden Wunschproduktion und Imaginationskraft spricht, die »Grenzen überschreitet und neue Möglichkeiten von Welt entwirft«³¹, sollten – so meine These – Grafikdesigner*innen die Aussagen, mit denen sie umgehen, nicht einem visuellen Stil – also entweder einer synthetisch- oder einer identitär-essenzialistischen visuellen Sprache der Welterschließung – unterwerfen, sondern das Andersmöglichsein in der Übersetzung (Nachdichtung), also der visuellen Sprache entwerfen. Sie sollten die Lust am Entwerfen und die Unlust an der eigenen Person kultivieren. Sie sollten die Lust an der Verwandlung kultivieren, an der Möglichkeit in einem Leben mehrere Leben zu leben.

29 Dedecius 1986, S. 45.

31 von Borries 2016, S. 136.

30 Vgl. Jullien 2017, S. 131 f.

Will man das Gesagte ernst nehmen, sollte Grafikdesign widerhallen, statt aufzuzwingen und (intransparent) zu manipulieren. Mehrsprachigkeit, Resonanz, Ambiguität, Nuance, Exploration, Spekulation, Porösität, Imperfektion und Verwandlungswille könnten darum Schlüsselbegriffe einer gestalterischen Haltung sein, die einen Fokus auf das ihr innewohnende Potenzial von Übersetzung legt.

Will man das Gesagte ernst nehmen, muss man Individuation, den Darling vieler Auftraggeber*innen und Grafiker*innen, als Form eindimensionaler und monologischer Selbstabschottung kritisch hinterfragen, da Individuation der möglichen Öffnung auf das gesellschaftliche Außen und auf dessen Polyphonie im Wege steht. Es gilt den Mut zu haben, der neoliberal-egozentrischen Individuation den Willen zu plurilogischer und kulturtransversaler »Dividuation«³² entgegenzusetzen, wie sie von der Ästhetiktheoretikerin Michaela Ott als Begriff für ein neues Selbstverständnis angeboten wird. Geht es doch darum, das ›In‹ der In-Dividuation, welches auf ›Un-Geteiltheit‹ verweist, zu streichen und stattdessen das [Mit]Geteilte, die freiwilligen und unfreiwilligen Teilhaben zu akzentuieren und mit der Aufforderung zu verbinden, diese möglichst anzuerkennen und sinnvoll zu moderieren. Erst im Wissen um unsere unhintergehbare Eingelassenheit in transnationale Sprachgemeinschaften kann sich eine nicht-universalisierte, laterale, d. h. sich nach allen Seiten ausbreitende Übersetzungsgemeinschaft entwickeln, wie sie von jenen Philosophen erträumt wird, die in verschiedenen Kulturräumen zugleich zuhause sind:

Wenn jede Epoche ihre eigene Form des Widerstands kennt, so halten wir fest, worin er heute besteht: Wir müssen uns diesen beiden Bedrohungen – der Uniformisierung und dem Identitären – sorgfältig und beharrlich widersetzen. Und, gestützt auf die erfinderische Kraft des Abstands, den Weg zu einem intensiven Gemeinsamen eröffnen.³³

32 Vgl. Ott, Michaela: *Dividuationen. Theorien der Teilhabe*, Berlin 2015.

33 Jullien 2017, S.96 f.

Literatur

Bauer, Thomas: Die Vereindeu-
tigung der Welt. Über den Ver-
lust an Mehrdeutigkeit und Viel-
falt, Ditzingen 2018.

Bonsiepe, Gui: Visuell-Verbale
Rhetorik. In: Gesche Jost / Arne
Scheuermann (Hg.), Design als
Rhetorik, Berlin 2008.

Borries, Friedrich von: Weltent-
werfen, Berlin 2016.

Burckhardt, Lucius: Warum ist
Landschaft schön? Die Spazier-
gangswissenschaft, Berlin 2006.

Dedecius, Karl: Vom Übersetzen,
Frankfurt am Main 1986.

Feige, Daniel Martin: Design.
Eine philosophische Analyse,
Berlin 2005.

Feige, Daniel Martin: Ästhe-
tik des Grafikdesigns. In: Ingo
Offermanns (Hg.), Graphic Design
Is (...) Not Innocent, Amsterdam
2021. [im Erscheinen]

Geiger, Annette: Andersmöglich-
sein. Zur Ästhetik des Designs,
Bielefeld 2018.

Gesellschaft zur Erhaltung alter
und gefährdeter Haustierrassen:
Rote Liste der bedrohten Nutz-
tierrassen in Deutschland 2016.
[http://www.g-e-h.de/images/
stories/news/pdf/roteliste.pdf](http://www.g-e-h.de/images/stories/news/pdf/roteliste.pdf)
(Abruf: 18.12.2020).

Gesellschaft für bedrohte
Sprachen e. V. [http://www.
uni-koeln.de/gbs/](http://www.uni-koeln.de/gbs/) (Abruf:
18.12.2020).

Goethe, Johann Wolfgang
von: Maximen und Reflexionen,
Wiesbaden 2012.

Humboldt, Wilhelm von:
Einleitung zu Agamemnon. In:
Aeschylus' Agamemnon metrisch
Übers., Gesammelte Schriften,
Abt. 1, Werke, Bd. VIII, Berlin
1903-1936.

Jullien, François: Es gibt
keine kulturelle Identität,
Berlin 2017.

Karl, Alexander: Biologische
Vielfalt. Darum ist das Thema
wichtig, 2017. [https://mur-
mann-magazin.de/society/2017/05/
biologische-vielfalt-darum-
ist-das-thema-wichtig/](https://murm-magazin.de/society/2017/05/biologische-vielfalt-darum-ist-das-thema-wichtig/) (Abruf:
18.12.2020).

Kinsky, Esther: Fremdsprechen,
Berlin 2019.

Ott, Michaela:
Dividuationen. Theorien der
Teilhabe, Berlin 2015.

Sloterdijk, Peter: Der ästheti-
sche Imperativ. In: Schriften
zur Kunst, Berlin 2014.

Zweig, Stefan: Die Monotonisie-
rung der Welt. In: Zeiten und
Schicksale. Aufsätze und Vor-
träge aus den Jahren 1902-1942,
Frankfurt am Main 1990.

FLORIAN ARNOLD

Design oder nicht Design?

Kynismus und Zynismus des DIY

Wer aber nicht in Gemeinschaft leben kann oder in seiner Autarkie ihrer nicht bedarf, der ist kein Teil des Staates, sondern ein wildes Tier oder ein Gott.¹

(Aristoteles)

I. Hundsgott

Diogenes, der ›Zeus Entsprössene‹, gehört zu den Ikonen der Philosophie, deren Ruhm wohl auch weiterhin andauern wird. Er vermochte Mönchen, Einsiedlern, aber auch Außenseitern aller Zeiten ein Vorbild zu sein, indem sich in seiner geradezu mythischen Gestalt eine radikal philosophische Lebensweise zu einem Rollenmodell verdichtete. Sind im Wesentlichen auch nur Anekdoten auf uns gekommen, die zudem den Charakter des Kynikers/Zynikers in stark stilisierten, fiktionalisierten Zügen zeichnen,² so tat und tut dies seiner breiten Rezeption jedoch keinen Abbruch. Im Gegenteil: Bis heute gibt es wohl kaum eine Gestalt der Philosophiegeschichte, die sich dem kollektiven Gedächtnis so eingepägt hat, wie der obdachlose Kritiker mit Stock, Fass und Ranzen. Diogenes, der Kyniker, als Idealtyp des Philosophen? Wo alles gute Zureden letztlich nichts mehr hilft (wie im Fall des Sokrates' gar zur Hinrichtung führen sollte), scheint der nackten Wahrheit nur noch durch ein animalisches Gebaren, durch bissigen Spott und beißenden Gestank, kurzum durch einen hündischen Lebenswandel in aller Öffentlichkeit beizukommen sein. Der Diogenes aller Zeiten ist die legendarische Gestalt einer sich selbst radikalierenden Philosophie der Selbstgenügsamkeit – göttergleicher Hochmut gepaart mit hündischer Ergebenheit – »Diogenes, Zeus entsprossen, warst Hund des Himmels«.³

Was hat diese schillernde, göttlich-hündische Gestalt aber mit der Do-It-Yourself-Bewegung der Gegenwart zu tun? – Wie im Folgenden deutlicher werden soll, durchaus mehr, als den Vertretern einer gestalterischen Selbstermächtigung in Zeiten globaler Massenproduktion bewusst sein dürfte. Schon auf den ersten Blick lässt sich erahnen, dass kynische Vorstellungen von Selbstgenügsamkeit und Authentizität weiterhin ihre Aktualität wahren, wo es um Fragen der materiellen Autarkie und ideellen Selbstbestimmung geht; zugespitzt etwa in der von Diogenes Laertius tradierten Szene, die als Initialmoment eines konsequenten No-Design avant la lettre gelten kann: »Als er [Diogenes; FA] einmal ein Kind sah, das aus den Händen trank, riß er seinen Becher aus dem Ranzen heraus und warf ihn weg mit den Worten: ›Ein Kind ist mein Meister geworden in der Genügsamkeit.«⁴

1 Aristoteles, Politik, 1253 a, zitiert nach Olof Gigon (Übers. u. Hg.): Aristoteles: Politik, München 2003, S. 50.

2 Vgl. Niehues-Pröbsting, Heinrich: Der Kynismus des Diogenes und der Begriff des Zynismus, München 1979, S. 28.

3 Diogenes Laertius: Leben und Meinungen berühmter Philosophen, übers. v. Otto Apelt (unter Mitarbeit von Hans Günter Zekl), neu hg. v. Klaus Reich, Hamburg, 2015, S. 316. Im Folgenden mit dem Kürzel »DL« und der Seitenangabe zitiert.

4 DL S. 296.

Hierin programmatische Züge des DIY wiederzuerkennen: Eine ›kindliche‹ Unschuld im Design nach dem Sündenfall der Industrialisierung wiederherzustellen, scheint nicht schwer. Wollte man es jedoch bei willkürlichen Assoziationen belassen, machte man es sich zu einfach. Dagegen dürfte es kaum Zufall sein, dass neben der verstärkt einsetzen- den Kynismus-Rezeption der 1970er Jahre in den Geisteswissenschaften⁵ zugleich ein Umdenken in der Designdisziplin einsetzte, weg von einem industriegetriebenen, wachstumsoptimistischen One-size-fits-all-Funktionalismus hin zu ökologisch-konservativeren, minoritär-emanzipativeren, aber auch ironisch-künstelnden Gestaltungsweisen. Seitdem häufen sich die bissigen Anklagen einer an Kritik seit jeher nicht armen Designerzunft und verlangen von jedem Plädoyer für eine Weltverbesserung by design im selben Zug eine Selbstverteidigung, die darlegt, wie man gestalterische Probleme angeht, ohne weitere zu schaffen. Was hier aufeinanderprallt, ließe sich auch als eine Auseinandersetzung zwischen verschrienen Nichtsnutzen einerseits und angeblichen Exploiteuren andererseits beschreiben oder auch zwischen Kynismus und Zynismus – wobei noch zu untersuchen sein wird, ob, wie die Begriffsverwandtschaft bereits suggeriert, hier nicht eine Art ›diogenetischer‹ Dialektik am Werk ist.

Das gilt insbesondere für Fragen des DIY als Außenseiter-Phänomen im Rahmen einer kapitalistischen Totalbewirtschaftung. Denn schaut man genauer hin, wie es im Folgenden geschehen soll, lässt sich mit karikaturhaften Zügen, die der Ironie der Geschichte nun einmal eigen sind, die Entwicklung von einer dem Zeitgeist eingebetteten Gestaltungsauffassung nachzeichnen, die zwischen kosmopolitischen Kynismus und globalisierten Zynismus hin- und herschwankt, um sich heute womöglich in einer neuen Mitte einzupendeln. – Entsprechend werden auf den nächsten Seiten zunächst ein paar genealogische Linien ausgezogen, die, wenngleich nur skizzenhaft, den Hintergrund dafür liefern sollen, was man seit Anfang der 2000er einen regelrechten und anscheinend andauernden DIY-Boom in den industrialisierten Ländern nennen kann. Dabei geht es um Hippies, Punks und Hipster sowie damit einhergehend die Frage, wie ein Zeitalter post-k/zynischen Engagements aussehen könnte, das auch dem Design die nötige Gelassenheit verschaffte, bei der Sache zu bleiben – oder die Sache mit dem Design einfach einmal sein zu lassen.

Es ist mittlerweile eine weitverbreitete Einsicht, dass Handeln in (hyper-)komplexen Gesellschaften und deren Kommunikationssystemen zugleich auf anderer Ebene ein Miss-handeln, zumindest ein Zuwiderhandeln der eigenen Intentionen bedeuten kann. Die unvorhersehbaren Kollateralschäden wachsen mit unseren Möglichkeiten. Der Begriff der Komplexität ist nicht zuletzt dieser modernen Dialektik geschuldet. Dagegen die Dinge einfacher machen zu wollen, als sie sind, ist manchmal nicht mehr nur eine Überlebensstrategie im Sinne notwendiger Komplexitätsreduktion, sondern kann sich zu einer pseudo-kritischen Lebenshaltung, gar zu einer Ideologie der Autarkie versteifen. So auch im Fall der Kyniker

5 Zu nennen wären etwa der bereits zitierte Niehues-Pröbsting, Peter Sloterdijk: Kritik der zynischen Vernunft, Frankfurt am Main 1983 und Michel Foucault: Der Mut zur

Wahrheit. Die Regierung des Selbst und der anderen II. Vorlesung am Collège de France 1983/84, Berlin 2010, S.217 ff.

und ihrer geschichtlichen Nachfolger, deren kritischer Impetus kynischer Selbstgenügsamkeit und Selbstbestimmung ins Große gerechnet stets Gefahr läuft, in einen affirmativen Zynismus der Vereinfachung umzuschlagen. Will man hier klarer sehen, etwa wo die kynische Position zur zynischen Pose wird, muss man das Verhältnis dieses Lebensmodells zu Fragen der Öffentlichkeit in den Blick nehmen.

II. Kyniker und Zyniker – oder der Anfang der diogenetischen Dialektik

Er pflegte alles in voller Öffentlichkeit zu tun, sowohl was die Demeter betrifft, als auch die Aphrodite. Darauf bezieht sich folgende Schlußfolgerung: Wenn es nichts Absonderliches ist zu frühstücken, so ist es auch auf dem Markt nicht absonderlich; nun ist aber das Frühstücken nichts Absonderliches; folglich ist es auch nicht absonderlich auf dem Markte. Und da er häufig öffentlich Onanie trieb, sagte er: ›Könnte man doch so durch Reiben des Bauches sich auch den Hunger vertreiben.‹⁶

Konventionen wandeln sich, indem sie meist unmerklich, oft ostentativ übertreten werden. Sie sind Konventionen, weil sie gerade keine Natur- oder Rechtsgesetze sind, weil sie sich brechen lassen oder weil sie nicht zur strikten Befolgung erlassen wurden. Der ganze Bereich der Sittlichkeit, den zu kodifizieren bedeutete, das soziale Miteinander in einen einzigen Verwaltungsakt zu pervertieren, ist seinem Wesen nach anpassbar, ja die Voraussetzung und das Resultat einer wechselseitigen Anpassung, der soziale Kitt des öffentlichen Alltags. Genau dieser öffentliche Alltag bildet jedoch die beste Angriffsfläche für jede Form von Belästigung, Störung oder gar Terror, setzt diese Alltäglichkeit doch eine unreflektierte Selbstverständlichkeit von höchst kontingenten Vorurteilen voraus, auf die wir uns alle schon verpflichtet zu haben scheinen, solange sie niemand infrage stellt.

Diogenes war der Erste, der sich inmitten der Öffentlichkeit häuslich einrichtete, auf diese Weise die basale Unterscheidung von privat und publik unterwanderte und somit seine eigene Existenz zu einer fortwährenden Repräsentation oder ›Vorstellung‹ des ›guten Lebens‹ umgestaltete. Indem Diogenes nicht erst im Theater saß, sah und gesehen wurde, sondern die Öffentlichkeit selbst als das eigentliche Medium dieser politischen Sichtweise und ihres Austausches erkannte, avancierte er seinerseits zum öffentlichen Spektakel. Diogenes lebte nicht nur die ›Philosophie‹, sondern er skandalisierte sie zugleich und machte sie dadurch auf äußerst ironische Weise unangreifbar: Einen Narren kann man nicht hinrichten lassen, selbst wenn er [Philosophen-]König spielt. Das eigentlich Skandalöse bestand jedoch darin, wie es auch für seine wissentlichen oder unwissentlichen Nachfolger kennzeichnend sein sollte, dass er mit unerschütterlichem Ernst dem folgte und daraus schlussfolgerte, was er für die natürliche Vernunft des Menschen oder die Vernunft der menschlichen Natur hielt.

Wie schon die Sophisten, die erste Aufklärer-Generation, es getan hatten, spielte Diogenes die Physis zunächst gegen den Nomos aus, indem er mithilfe des Logos die Relativität

der Sitten, wenn auch auf drastischere Weise, demonstrierte. Was dann durch die zweite Aufklärer-Generation, die ›akademischen‹ Philosophen, noch hinzukam, eine Refundierung des Nomos etwa in der über-natürlichen, meta-physischen Ordnung von Ideen, konterkarierte Diogenes hingegen (der hier gewissermaßen repräsentativ auch für die anderen nicht-platonischen Philosophenschulen steht), indem er die Physis selbst zum Nomos erklärte. Diogenes suchte keine wechselseitige soziale Anpassung mehr, sondern die Durchsetzung der Natur selbst in der sozialen Interaktion, getrieben von der Überzeugung, erst auf diesem Weg ›der Wahrheit das Wort zu reden‹, sei es in verbaler oder körperlicher Gestalt.⁷

Das Essen, Defäzieren oder auch Masturbieren in der Öffentlichkeit dienten ihm nicht nur als Gesten der Provokation, die etwa zu Diskussionen über ihr Für und Wider reizen sollten, sondern als faits accomplis, als vollendete Tatsachen eines natürlichen Triebs, gegen die sich im Grunde nichts sagen lässt, kann man sie doch nicht einmal unterlassen wollen. Stattdessen mag man lediglich darüber streiten, wo ihnen nachzugehen sei, und gerade an diesem Punkt hebelte Diogenes die Diskussion von vorne herein dadurch aus, dass er Privatsphäre und Öffentlichkeit nicht mehr voneinander unterschieden wissen wollte.

In diesem Sinne war der Kynismus nicht einfach eine Attacke auf die öffentliche Moral, sondern auf die Öffentlichkeit als solche, die seit jeher ihre eigene Moral mitbringt, bzw. den auch moralisch wesentlichen Unterschied publik-privat eo ipso allererst hervorbringt. Daran hing jedoch zugleich mehr als ein Spiel mit den Konventionen der Polis, hatte das ›Politische‹ demokratisch geprägter ›Republiken‹ doch genau hier seinen Ort. ›Politischer‹ hätte die kynische Lebensweise in ihrer Kritik an der herrschenden Kultur also kaum ausfallen können. Allen voran dürfte den Zeitgenossen bei der Kolportage der anekdotischen Begegnung zwischen Diogenes und Alexander bewusst gewesen sein, dass der Kynismus Mikropolitik in Makropolitik umschlagen ließ.⁸ Was damit zum Ausdruck kam, war zugleich Ohnmacht wie höchste Machtanmaßung, eben jenes ambivalente Selbst- und Weltverhältnis, das sich auch heute noch bei Manchem einstellt, der sich auf der ›guten Seite‹ wähnt, sei es der Vernunft oder der Natur oder gar beider zusammen, und zwar gegenüber einer ›verblendeten‹ Allgemeinheit. Der Kynismus als Matrix aller unbeirrbaren Weltverbesserer, des alternativlosen Sachzwangs aus der Natur der eigenen Sache heraus? Oder in anderen Worten: eines Zynismus gegenüber der öffentlichen Moral, an der man nur solange Anstoß nimmt, wie sie nicht dazu dient, die eigene zu ihr zu machen?

7 Die foucaultsche Betonung der parrhesia im Kynismus hebt dieses Moment im Besonderen hervor, weist aber zugleich schon auf einen Umschlag des Wahrsprechens in eine Unverfrorenheit hin (Foucault 2010, S. 218), die der ganzen Sache erst den Beigeschmack des Verwegenen verschafft. Manche (wenn nicht alle) Jugendkulturen (und auch an-

dere Protestgemeinschaften) neigen bisweilen dazu, Verwegenheit mit Wahrheit und letztlich Freiheit zu verwechseln.

8 Von Alexander dem Großen wurde weithin kolportiert, dass, wenn er nicht Alexander, er Diogenes wäre (etwa bei Plutarch in den *Moralia* 331F).

III. Hippies

Halten wir an dieser Stelle inne und springen in die Mitte des 20. Jahrhunderts, fällt der Sprung geringer aus, als es zunächst den Anschein haben mag. Zu stehen kommen wir am Beginn einer Counterculture, die uns spätestens in den 1970ern des Punkrock wieder fest Fuß fassen lassen wird in einem kynisch-zynischen Diskurs. Für das Verständnis entscheidend ist jedoch zunächst eine initiale Zensur, die so etwas wie eine (semi-)globale Popkultur erst ermöglicht hat: Die Fortführung des herkömmlichen Generationenkonflikts mit anderen Mitteln, will sagen den Neuen Medien, und zwar im Zuge einer nicht nur militärischen Aufrüstung nach dem Zweiten Weltkrieg.⁹

Was sich angesichts einer Verdüsterung der weltpolitischen Großwetterlage in der westlichen Hemisphäre als Protest der Nachkriegsgeneration an den Vätern formulierte, hat erst über parainstitutionelle Umwege Eingang in die politische Führungsetage gefunden. War ›die Jugend‹ schon seit der Jahrhundertwende ein Programmwort kultureller Erneuerung (nicht zuletzt im Design), mochte sie sich tatsächlich erst unter demokratisch-kapitalistischen Verhältnissen zu einer nennenswerten Gegenbewegung des Establishments entwickeln. Was dabei in Deutschland als ›Außerparlamentarische Opposition‹ die Gemüter bewegte, brachte prägnant auf den Begriff, was jeder Subkultur von massenmedialem Format bereits eingeschrieben war: eine Gegenöffentlichkeit, die selbstsprechend nicht nur überhaupt eine partizipative Öffentlichkeit der politischen Willensbildung voraussetzte, sondern der Kaufkraft breiter Massen unterschiedlicher Milieus erstmals die durchschlagende Möglichkeit bot, sich auf kommerziellem Weg oder den anti-kommerziellen Wegen der Offspaces, letztlich aber auf dem ›Markt der Marken‹ Ausdruck zu verschaffen, indem sie die Helden ihrer Generation einfach ›kaufte‹. Die neue Agora waren die Foren herkömmlicher und neuartiger Massenmedien (Radio, Fernsehen, Tonträger etc.), die das Spektrum der bisherigen (etwa der Zeitungen) dahingehend nicht nur erweitert haben, sondern umgewälzt, dass sie nunmehr eine größere Reichweite, eine höhere Durchlauffrequenz und zunehmend breitere Zugänge gewähren. Die entsprechende Mode ist dabei zu einer lockeren Uniform der Selbstverwirklichung geworden, die nunmehr vor allem Generationen (statt Milieus) nach innen stärker bindet und nach außen dichter abschirmt.¹⁰ Überhaupt sich als eine Generation zu begreifen, die angetreten ist, mit der eigenen bekümmerten Jugendlichkeit als Unterpfand sein Glück zu versuchen und die Gesellschaft revolutionieren zu wollen, klingt nicht nur nach disruptivem Marketing; es ist im Kern das Kapital einer auf Individuen setzenden und auf die Masse zielenden Fortschrittsagentur, die im andauernden Überbietungszwang Kreativität mit Innovation gleichsetzt.

9 Vgl. Kittler, Friedrich: Rock Musik - ein Mißbrauch von Heeresgerät [1988]. In: Ders.: Die Wahrheit der technischen Welt. Essays zur Genealogie der Gegenwart, hg. v. Hans Ulrich Gumbrecht, Berlin 2013, S.198-213.

10 Vgl. auch Peter Sloterdijk: Der starke Grund zusammen zu sein. Erinnerungen an die Erfindung des Volkes, Frankfurt am Main 1998.

Nicht dass es keine Gründe für Proteste gegeben hätte (die Vernichtung des Planeten durch Wettrüsten, Stellvertreterkriege und Massenvernichtungswaffen, die staatliche Gleichschaltung, der unterschwellige Rassismus und die Diskriminierung aller anderen Minderheiten) oder hierin bloß jugendlicher Überschwang gepaart mit Naivität zu sehen wäre. Gleichwohl schienen diese Generationenzyklen Eins zu Eins die Wachstumslogik eines Systems abzubilden, in dem die Alten per se schon zu den Veralteten zählten, die ihrerseits wiederum in jungen Jahren dieses System erst mitangeschoben hatten, bevor sie von ihm überrollt wurden. Doch entscheidend ist vielmehr, dass sich mit dem Aufkommen dieser Countercultures zugleich eine Geste der Selbstermächtigung verband, die mitunter kynisch oder zynisch wirken konnte. Wo auf einmal alles Private zugleich politisch sein soll, wird ausschließlich alles zu einer totalen Bühne ohne backstage. Was Diogenes bereits von sich behauptet und selbst vorgelebt hatte, sein ins Extrem getriebener »Kosmopolitismus«¹¹, weist die »Schattenseite« auf, gerade keine zu haben, sondern alles im Rampenlicht einer wirklichen oder imaginierten Öffentlichkeit zu vollziehen, mag daraus am Ende der Geschichte auch das Global Village des World Wide Web werden.

Aus dieser Perspektive ist es interessant zu beobachten, dass die ersten auch medial durchschlagenden Proteste in Kalifornien des Jahres 1964 neben dem Vietnamkrieg vor allem einer um sich greifenden Kybernetik der Gesellschaft galten, die Gefahr laufe, ihre Mitglieder in Zahlenkolonnen zu verwandeln, die es lediglich noch zu verwalten gälte. Fred Turner hat in aller wünschenswerten Klarheit darzulegen vermocht, dass sich nach den Studentenunruhen in Berkeley alsbald zwei Gruppierungen herausgebildet haben, die geradewegs diametrale Auffassungen im Umgang mit den neuen medialen Möglichkeiten des Computerzeitalters vertraten.¹² Sah die eine Fraktion der Hippies das verbleibende Refugium nur noch in einem Ausstieg aus der Gesellschaft, indem Graswurzelbewegungen die eigene Gemeinschaftsbildung auf einem (vermeintlich) natürlichen Nullniveau anstrebten, neigte die andere Fraktion dazu, die technischen Errungenschaften nicht allein dem Military-Industrial Complex zu überlassen, sondern für die eigenen Belange einzuspannen. Das New Age Kaliforniens, was in Old Europe bis heute eher selten wahrgenommen wurde, ist seit Anbeginn ein in sich gespaltenes zwischen technikfeindlichen Eigenbrötlern, und technikaffinen Nerds.

Eines der nicht umsonst berühmtesten Gedichte der Zeit, legt hiervon berede Zeugnis ab: All Watched Over By Machines Of Loving Grace¹³. In einem computerisierten Naturzustand verschmelzen die intellektuellen Vorbehalte der Berkeley-Fraktion mit den techni-

11 Diogenes war der Erste, der auf die Frage, was sein Heimatort sei, antwortete, er sei »Kosmopolit«.
(Vgl. DL S. 309.)

12 Vgl. Turner, Fred: From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism, Chicago / London 2006, Kapitel 1: »The Shifting Politics of the Computational Metaphor«, S. 11-40.

13 Vgl. Richard Brautigan: All Watched Over By Machines Of Loving Grace. In: Ders.: All Watched Over By Machines Of Loving Grace, The Communication Company, San Francisco, California 1967.

schen Hoffnungen Stanfords, der Gegenpartei, und zeichnen so ein Kippbild, dessen Doppelperspektive auch für die Versammlungspraxen und das community building konstitutiv sein sollte: Auf der einen Seite Woodstock, die Mutter aller (kommerziellen) Festivals im Schoß von Mutter Natur selbst (samt den damit in die Welt tretenden Umweltverschmutzungen), und auf der anderen Seite der Whole Earth Catalog von Stewart Brand, die DIY-Bibel – enthaltend alle Arten von Artikeln, die den speziellen Kriterien einer Veröffentlichung entsprachen¹⁴ und zugleich einer der ideellen Vorläufer zunächst von WELL (»Whole Earth, Lectronic Link«) und später des Internets. Beiden aber ist eine kynische Attitüde eigen, die sich gegen den gesellschaftlichen Mainstream auflehnt und dabei mit neuen Gesellschaftsformen experimentiert oder an ihnen herumbastelt. Doch was sich bei Brand noch im recht überschaubaren Kreis von Abonnenten und deren Garagen abspielte, schlug (in aller rhetorischen Härte) erst bei Victor Papanek auf die Profession des Designs durch.¹⁵ So war es etwa das heute ikonische Tin-Can Radio, das Papanek gemeinsam mit George Seeger für die UNESCO entwarf und in dieser Publikation vorstellte, wodurch sich eine neue, im Gestus bescheidenere Designauffassung kundtat. Andere Beispiele ließen sich anführen, doch schon an diesem allein mag deutlich werden, dass die ostentative Selbstgenügsamkeit des Kynikers auch unter industrialisierten Lebensverhältnissen die Öffentlichkeit nicht nur sucht, sondern ihrer auch bedarf, zählt trotz (oder gar wegen) des Scheiterns in solchen Fällen doch zuletzt auch die Geste des moralischen Zeigefingers. Hier geht es nicht mehr allein um Belehrungen, sondern in gut (oder schlecht) kynischer Manier um Anschuldigungen, gar Beleidigungen all derer, die sich nicht zu der Einsicht bekehren lassen wollen, ihr Leben ändern zu müssen.

Doch das Gros der Bevölkerung mochte sich nicht lange mit Dritte-Welt-Problemen aufhalten, wo das Wettrüsten zwischen der ersten und zweiten immer noch erfolgversprechend in Gang war. Selbst eine ausnehmend kritische Popkultur verzeichnete erneute Rückbildungen eines aufgeklärten Bewusstseins, mag man die Disco-Bewegung einmal nicht bei ihrem Namen nehmen. Auch der Glam Rock, nicht weniger die komplexeren Kompositionen und Lyrics von Größen wie Queen vermochten zuletzt nicht zu verschleiern, dass die kynische Partei der Weltverbesserer mittlerweile zu einer pseudo-hedonistischen Party der besseren Welt verkommen war. Kritik war zunehmend konsumierbar und Attitüde eine Frage von Jugendmoden geworden. Warum also nicht dem moralischen Elend ins Gesicht sehen vor dem Spiegel – und drauf spucken? Kommen wir zum Punkt: zum Punk.

14 Diese waren schon auf dem Cover der ersten Ausgabe von 1968 zu lesen: »1. Useful as a tool, 2. Relevant to independent education, 3. High quality or low cost, 4. Not already common knowledge, 5. Easily available by mail.«

15 Vgl. Papanek, Victor: *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, New York 1971.

IV. Punks

»Als ihn einer in ein prunkvolles Haus führte und sich das Spucken verbat, spie er ihm den im Mund gesammelten Schleim ins Gesicht mit den Worten, er habe vergebens nach einem schlechteren Platz gesucht.«¹⁶ – »Bei einer Mahlzeit warf man ihm Knochen hin wie einem Hunde, doch er bebißte sie beim Weggehen wie ein Hund.«¹⁷ – »Und als auch Meidias ihm einen Faustschlag versetzte mit den Worten ›Dreitausend liegen für dich auf dem Tische‹, versah er sich am Tage darauf mit Faustriemen, boxte ihn nieder und sagte: ›Dreitausend liegen für dich auf dem Tische.«¹⁸

»Sid flucht viel und rotzt ständig irgendwohin.«¹⁹ – »Er [Jonny Rotten; FA] holt sein Ding raus. Es riecht nach kalter Pisse. Ich auch. Wir alle. [...] Ich bin in Bezug auf Körpergerüche nicht zimperlich, bin damit aufgewachsen und weiß, dass es unten anders riecht, dunkel und haarig ist. Vielleicht sogar ein bisschen verkrustet, wenn man ein paar Tage lang nicht zu Hause war.«²⁰ – »Die schlimmste Situation, in die Sid mich bringt, ist die mit einem Aristokraten, den er irgendwo kennengelernt hat. Sid findet es witzig, dass dieser feine Pinkel mit uns gesehen werden will und uns in seinem Privatclub in der Kensington Church Street auf ein paar Drinks einlädt. Wir werden öfter mal in solche Clubs eingeladen, wie Zirkusfreaks. Wir treffen also den vornehmen Knilch und seinen vornehmen Freund, und ich weiß nicht, wie es dazu kommt, aber es entzündet sich ein Streit. [...] Ich sage etwas Provozierendes zu dem feinen Pinkel, er droht mir mit Gewalt, und bevor ich weiß, wie mir geschieht, zieht Sid seinen Nietengürtel aus, wickelt ihn um seine Faust und zieht dem Kerl die Schnalle über den Schädel.«²¹

Eines der eindrucksvollsten Dokumente der, man kann es nicht anders sagen, abgefuckten Jahre des Punk in London ist die in einem seinerzeit ›rotzigen‹ Ton verfasste Autobiografie von Viv Albertine, ihres Zeichens Gitarristin der ersten Frauenpunkband: The Slits und zu ihrer Zeit mit allen nennenswerten Personen innerhalb der Szene irgendwie verbandelt (sei es durch Bekanntschaften, Freundschaften, jahrelange Beziehungen oder Techtelmechtel), so auch mit den beiden im Zitat auftauchenden Protagonisten der Sex Pistols: Sid Vicious und Jonny Rotten. Die Stimmung, nach Jahren gescheiterter Hoffnungen und eines stabilen Systems, steht auf »No Future« und entsprechend fallen auch die Verhaltensweisen der zumeist aus der Unterschicht stammenden Opfer der Londoner Vorort-Tristesse aus. Wie schon an den wenigen Zeilen ersichtlich dreht sich das Leben dieser Lost Generation um elementare Bedürfnisse: Fressen, Ficken, Schlafen, und weist schon allein darin deutliche Ähnlichkeiten mit dem antiken Kynismus auf, dass Bedürfnisse in aller Öffentlichkeit und nonchalante befriedigt werden. Von bürgerlicher Contenance oder Affektkontrolle kann dabei also nicht die Rede sein. Ganz im Gegenteil scheint man der Natur willentlich freien Lauf zu lassen.

16 DL S. 293 f.

17 DL S. 301.

18 DL S. 298.

19 Viv Albertine: A Typical Girl - Ein
Memoir, übers. v. Conny Lösch,

Berlin 2016, S. 135. - Ich danke

Katja Komma für diesen entscheidenden Lektürehinweis.

20 Ebd., S. 133.

21 Ebd., S. 141.

Anders als bei Diogenes geht es jedoch nicht mehr um eine moralische Belehrung und letztlich musterhafte Lebensweise, sondern um eine gelebte Realsatire, die sich mit der gebotenen Indifferenz zu einer gepflegt-liederlichen Attitüde entfaltet: »Wir sind alle sehr entschieden in Bezug auf alles, auch zueinander. Aber wenn man eine Position vehement vertritt oder einem alles scheißegal ist, kann man machen, was man will.« Mit einer entscheidenden Ausnahme: »Tritt man zu leidenschaftlich auf oder hängt zu sehr an etwas, wird einem das als Schwäche ausgelegt; nur aus Prinzip an etwas festzuhalten, würde als sehr starres Verhalten gelten.«²² Eine gewisse Coolness, ja ein bewusstes Unterstatement bis hin zur strengen Beachtung einer nach außen gleichgültigen Unangepasstheit, fördert und fordert paradoxerweise eine dauernde Anpassungsleistung, die sich insbesondere im Dresscode bekundet: »Wie wir aussehen, ist extrem wichtig, und die Nuancen werden innerhalb der Szene streng beurteilt.«²³ – »Punk war angeblich vorurteilsfrei und DIY, trotzdem wurde in Wirklichkeit sehr streng und gnadenlos geurteilt.«²⁴

So verwundert es kaum, dass als weithin anerkannter Mittel- und Treffpunkt der Londoner Punkszene ein exklusives Modegeschäft gelten kann, das von seinen eher minderbemittelten Kunden schlicht ›der Laden‹ genannt wurde. Die Rede ist von SEX bzw. The End of the World, geführt von Malcom McLaren, dem ehemaligen Manager der Sex Pistols, und seiner zeitweiligen Freundin und Mutter ihres gemeinsamen Sohns, Vivienne Westwood. Bevor diese in den 1980er Jahren zur Stardesignerin avancierte, stand sie bereits zu Punk-Zeiten in hohem Ansehen für ihren elegant-reizenden Stilmix aus ungewöhnlich-gewöhnlichen Mustern, gewagten Materialien und grellen (Neo-)Farben, die zusammen den Gesamteindruck gekonnter Verwahrlosung im Sinne eines wilden DIY hinterließen. Konnte man sich auch kaum mehr als drei Teile dieser Boutique leisten, wie Viv Albertine bekennt, und musste sich stattdessen aus Altkleidersammlungen, Kinderbeständen und geborgten Klamotten sein eigenes Wunschbild von Outfit zusammenstellen, so kam in der Mode von Vivianne Westwood jedoch gewissermaßen der Archetype zum Vorschein. Ihrem ungetrübten Urteil, das bisweilen vernichtend ausfiel, unterwarf man sich folglich am besten. Denn nicht weniger als für den schrammeligen Punksound von idealerweise drei Akkorden galt auch für die Mode McLuhans Diktum: »The Medium is the message«:

Vivianne und Malcom benutzen Kleidung, um damit zu schockieren, zu irritieren und Reaktionen zu provozieren, aber auch um Veränderungen anzustoßen: Mohairpull-over, auf viel zu großen Nadeln gestrickt, so locker, dass man direkt durchschauen kann; aufgeschlitzte T-Shirts, auf die etwas mit der Hand geschrieben wurde; Nähte und Etiketten nach außen gekehrt, so dass sichtbar wird, wie ein Kleidungsstück hergestellt wurde – diese Einstellung spiegelt sich in der Musik, die wir machen. Es ist okay, nicht perfekt zu sein, und durch Songs und Klamotten anzuzeigen, wie man tickt. Alles im Leben ist politisch von Bedeutung. Deshalb sind wir gnadenlos, was die Verfehlungen anderer angeht, und verachten Nachlässigkeit.²⁵

22 Ebd., S. 147.

23 Ebd., S. 150.

24 Ebd., S. 400.

25 Ebd., S. 150 f.

Auch hier kehrt im (bereits kommerzialisierten) DIY-Gewand das kynische Moment einer Politisierung des eigenen Auftretens wieder, dem alles nicht nur ›scheißegal‹ sein will, sondern auch ›scheißegal‹ sein muss (mit der Betonung auf ›scheiß‹), damit der erwünschte Distinktionseffekt gegenüber der Masse erzielt werden kann. Auch hier also wird das Private zum Politischen, wobei sich unversehens eher aristokratische als proletarische Züge (nicht allein in den Entwürfen Westwoods) untermischen. Die Anziehung zwischen Punk und Aristokratie ist, wie die zitierte Anekdote zeigt, eine wechselseitige, und zwar in dem Sinne, dass jeder Herrscher nicht nur seit jeher sich Narren gehalten hat, um den Kontakt zur Realität, wenn auch parodistisch zu wahren, sondern jeder Narr umgekehrt gerade an der Wahrung der ›Etikette‹ wesentlich Anteil hat: Indem er sie parodiert, pervertiert, umdreht, führt er sie nicht vor, ohne sie zugleich fortzuführen, und zwar mit Blick auf den Dritten im Bunde, den eigentlichen Untertan, die Masse (der Höflinge oder Bürger). Mit anderen Worten: Sowohl die Intimbeziehung zwischen Diogenes und Alexander als auch zwischen Sid Vicious und dem ›feinen Pinkel‹ illustriert weniger die Herrschaft und die Möglichkeit ihrer tatsächlichen Subversion, als dass sie die Absurdität ihrer Wirklichkeit verkörpert und eo ipso bejaht. Beides sind Extreme, beide Außenseiter und relativ zur bürgerlichen Mitte Souveräne, deren stilles Einvernehmen sich im Umschlag von Zuneigung in Hass – sei es auch dem gewalttätigen und der dadurch hergestellten handgreifliche Nähe – bekundet und nur abermals die Distanz zur Norm markiert.

›Scheißegal‹ (diesmal mit Betonung auf ›egal‹) sind die anderen, die Normalos, während man (sich?) selbst eben ein bisschen gleicher bzw. gleichgültiger fühlt. Das aber ist letztlich wiederum nichts anderes als der Umschlag von Kynismus in Zynismus, wie er in dem Faustrecht-Logik des Diogenes oder Sid Vicious zum Ausdruck kommt: Gleiches mit Gleichem zu vergelten, statt untertänigst auch noch die andere Wange hinzuhalten. Es mag seltsam klingen, aber was Diogenes und Sid an den Tag legen, sind Herrenlaunen, erwachsend aus einer gediehenen Souveränität, die gerade in der geübten Selbstverachtung bis zur bejahten Nichtsnutzigkeit oder (im Falle von Sid) gar Selbstvernichtung erst zu sich kommt. Kurzum: Im freimütig geäußerten ›scheißegal‹ schwingt weniger Duckmäusertum als ein Dünkel der Erhabenheit mit – und zwar als Resultat einer kynischen Selbstradikalisierung bis zum toten Punkt herrenlos-herrischer Individualität. Die forcierte soziale Selbstatomisierung des Kynikers löst ihn zuletzt aus allen Bindungen und lässt ihn zum freien Radikal, zum Prototypen des Thatcherismus, zum Zyniker werden.

Wem diese Dialektik der Randgestalten noch zu abgehoben erscheinen mag, sei daran erinnert, dass der (auch kommerziell) gelungenste Song der Sex Pistols sich letztlich an genau diesem Verhältnis abarbeitet, und gerade in seiner ambivalenten Handhabung des Themas unweigerlich an ebenjener Absurdität festhält, die zugleich die eigenen Existenzbedingungen definiert im Commonwealth of Nations Ende der 1970er Jahre: God save the Queen.²⁶ Dieser punkige Panegyrikus, passend im Jahr des silbernen Thronjubiläums von

26 Erschienen außer als Single auch als vierter Song der ersten Seite auf dem legendären Album der Sex

Pistols: Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols von 1977.

Queen Elizabeth II. veröffentlicht und in der Jubiläumswoche auf der Themse performt, sieht zugleich das Ende voraus – nicht der Queen, sondern des Punk. Was bereits von den Zeitgenossen – nicht zuletzt wegen seines massenhaften und vermassenden Verkaufserfolg als Wendepunkt wahrgenommen wurde²⁷ – lässt sich im Rückblick deutlich als langsame, aber sichere Verabschiedung in den Zynismus eines nunmehr frei flottierenden (Human)Kapitals, in den Zynismus der Libertarians erkennen: »There is no such thing as society«²⁸ – nur die nunmehr ökonomisch kanalisierte Verausgabung in Konsum und Kommerz. – Punk is dead, long live Cyberpunk!

V. Cyber-/Cypherpunks

Während der Thatcherismus auch in der Punkszene Großbritanniens seinen Einstand feierte und nicht wenige ehemalige Protagonisten Karrieren in der boomenden Medien- und Werbebranche erstreben ließ, die sie stracks in die Mitte bzw. in die Mittelschicht der (angeblich nicht-existierenden) Gesellschaft beförderte, baute sich in den neuen, virtuellen Randzonen eine neue Subkultur auf, die nicht so leicht von den vertrauten Existenzängsten lassen wollte, keine Zukunft mehr zu haben: der Cyberpunk als Prototyp des digitalen DIY. Hatte die Tekkie-Fraktion der Hippie-Bewegung noch von einem New Age in einem neuen virtuellen Reich geträumt, schien dieses von den Cyberpunks lediglich als der virtuelle Albtraum wahrgeworden zu sein, das eigene Leben und Lieben erneut und diesmal bis in die Kapillaren des eigene Fleisches entfremdet zu sehen von kybernetischen Daten- und Kapitalflüssen.

Eine Antwort auf diesen Raub der eigenen Ideale schien die sich aus dem Cyberpunk herausbildende Bewegung des sogenannten Cypherpunk zu geben, in deren Manifest von Eric Hughes aus dem Jahr 1993 es schon hieß:

Privacy is necessary for an open society in the electronic age. Privacy is not secrecy. A private matter is something one doesn't want the whole world to know, but a secret matter is something one doesn't want anybody to know. Privacy is the power to selectively reveal oneself to the world. [...] Therefore, privacy in an open society requires anonymous transaction systems. [...] An anonymous transaction system is not a secret transaction system. An anonymous system empowers individuals to reveal their identity when desired and only when desired; this is the essence of privacy. [...] We the Cypherpunks are dedicated to building anonymous systems. We are defending our privacy with cryptography, with anonymous mail forwarding systems, with digital signatures, and with electronic money.²⁹

27 Vgl. Albertine, Viv: A Typical Girl, S.215 f.: »Die ganze Sache ist in diesem Moment gestorben, heute Abend. Es ist das Ende des Traums.«

28 Aus einem Interview Margaret Thatcher mit Woman's Own vom 23.07.1987.

29 Zu finden unter: <https://www.activism.net/cyberpunk/manifesto.html> (Abruf: 28.8.2019).

Der nervus probandi dieser Argumentationskette besteht in der Unterscheidung zwischen »privacy« und »secrecy«. Privatheit wird dabei als eine relative Geheimhaltung verstanden, die nicht total, weil adressatenspezifisch gehandhabt werden soll. Das Private im Sinne seiner Etymologie wäre demnach die ›Beraubung‹ eines bestimmten Teils des Publikums um den Zugriff auf die eigenen persönlichen Daten oder das eigene Wissen und in diesem Sinne zunächst ein Wiederaufgreifen des ›republikanischen‹ Öffentlichkeitsverständnisses, wonach der oikos oder der eigene Haushalt strikt von der politischen Agora zu trennen ist. – So könnte es zumindest auf den ersten Blick scheinen.

Das Problem besteht jedoch (nicht nur mit Blick auf die römische Republik) darin, dass die Öffentlichkeit als Positivum dem Privaten als Negativum (gr. *steresis* = lat. *privatio*) konzeptuell vorausgeht. Der dem Libertarismus nahestehende Cypherpunk läuft bisweilen Gefahr (darin dem Thatcherismus ähnlicher als ihm selbst lieb ist), die Privatsphäre des Individuums als Quell der öffentlichen Güter misszuverstehen, indem das Publike lediglich als sekundäres Phänomen und bloße Distributionsstruktur gedeutet wird. Dagegen aber lässt sich selbst dem Manifest Hughes bereits entnehmen, dass dies – gerade in Zeiten engster struktureller Kopplungen zwischen allen Systemen der Gesellschaft – mindestens eine paradoxe, wenn nicht gar widersprüchliche Auffassung darstellt: »privacy in an open society requires anonymous transaction systems«³⁰ – Erst die Anonymität eines Ganzen ermöglicht überhaupt die Privatheit des Einzelnen. Und diese Anonymität des Ganzen wiederum ergibt sich aus der schirren Quantität der Nutzer einer allgemein-öffentlichen, von jedermann handhabbaren Infrastruktur (etwa dem Mail- oder Emailverkehr).

Der Cypherpunk sieht sich unter diesen Umständen nicht nur angehalten, »anonymous systems« zu konstruieren, sondern greift auf diese im Wesentlichen stets zurück, ja beutet sie seinerseits geradezu aus, insbesondere dort, wo es um die ›selektive Eröffnung‹ gegenüber anderen, die Publikation, und/oder die ebenso selektive Verbergung, die Geheimhaltung, als solche geht. Oder in den Worten Julian Assanges, angesichts der wachsenden Tendenz zur Totalüberwachung: »Ich glaube deshalb, dass die einzigen Menschen, die in der Lage sein werden, die Freiheit zu behalten, [...] jene Leute sein werden, die sich in den Eingeweiden dieses Systems bestens auskennen. Es wird somit nur eine Elite von High-tech-Rebellen sein, die frei ist [...].«³¹ Hier ist in aller Deutlichkeit die vormalige Logik des Punk invertiert: Überhaupt noch eine Privatsphäre zu besitzen, indem dafür die digitale Öffentlichkeit der Foren, aber auch Infrastrukturen in Dienst genommen werden, erweist sich als arkanisches Refugium, als letzte und einzige Freiheit von technischen Eliten.

VI. Neo-Biedermänner

An diesem Punkt angelangt, stehen wir an der Schwelle zur Gegenwart und ihrer ganz eigenen, man ist versucht zu sagen ›privaten‹ Auffassung von DIY. In einer neo-biedermeierli-

30 Siehe FN 29.

31 Assange, Julian / Appelbaum, Jacob / Müller-Maguhn, Andy / Zimmermann, Jérémie: Cypherpunks. Unsere Frei-

heit und die Zukunft des Internets, Frankfurt am Main / New York 2013, S. 172.

chen Manier scheinen wir uns heute nunmehr seit Jahrzehnten eine eigene analog-digitale Welt zusammenzubasteln, indem bei der ›Andacht zum Kleinen‹ und im Vertrauen auf das ›sanfte Gesetz‹ des Alltags Entwicklungen ausgeblendet werden, die die eigene Idylle längerfristig in Gefahr bringen könnten. Das No-Design eines Jasper Morrison oder die Neue Einfachheit, wie man auch sagen könnte, mag auf den ersten Blick als Einschnitt und elementare Neubesinnung in der Gestaltung der 1990er erscheinen, definierte bei genauerer Betrachtung jedoch nur ein neues Nullniveau, das auf der Höhe des damals ästhetisch, technisch und kommerziell Machbaren eingezogen wurde und erweist sich darin gerade als koevolutiv mit der stilistischen Neuinterpretation des Silicon Valley – weg vom batikbunten Hippietum, hin zum puritanischen Normcore von Nerds (à la Mark Zuckerberg). Dabei sollte gerade die eigene Gestalterpersönlichkeit in den Hintergrund treten, um einer eigenen »Objektivität« der Gegenstände Platz zu schaffen:

Anonymously artefacts of the distant past were anonymous because there was no concept of attaching personality to useful objects. [...] Object making was simply labour like any other kind of labour, providing a useful service to a grateful but disinterested public. [...] With the arrival of the industrial revolution the authorship of such products belonged, for the most part, to the inspired factory engineer or enthusiastic industrialist. These objects had a new kind of anonymity, not because people held no interest but because they were no longer handmade or unique in any way. Free to multiply, these new objects quickly threw off any nostalgic attachment to their ancestors, and in doing so invested themselves with a mysterious power: the power of identical repetition. With this power the object inhabited its own world, liberated from man's imperfections and inefficiencies, in which it developed an ›objectality‹ almost as distinct as a ›personality‹.³²

Morrison's gestalterische Reduktion auf das Wesentliche und Gewöhnliche spricht Objekten eine Privatheit zu, die nach der Aufklärung und vor Zeiten des Internets sowie der Akteur-Netzwerk-Theorie noch reichlich anachronistisch erscheinen musste. Die »mysterious power: the power of identical repetition« scheint nunmehr, beim Anbruch des neuen Millenniums und am Beginn der KI-Ära, dafür zu sorgen, dass wir als Menschen umgekehrt zu Teilen einer eigenen Welt von Objekten werden: »liberated from man's imperfections and inefficiencies«, basierend auf sich wiederholenden Nullen und Einsen, während wir selbst zu Randerscheinungen einer neuen Form von Öffentlichkeit geraten, die zuletzt nicht einmal mehr anthropozentrisch ausgerichtet sein will.

Was bei Morrison im Berliner DIY der Prä- und Post-Wende-Jahre seinen Ausgang nahm, wandelte sich im Laufe der 1990er und 2000er Jahre zu einer sogenannten Super-Normalität, bei der sich die eigene Person bereitwillig in den Dienst einer industriellen bzw. nunmehr digitalen Anonymität stellte, als ob man nun auch der Persönlichkeit der Objekte

32 Morrison, Jasper: *Everything but the Walls*, Baden (Schweiz) 2006, S. 158.

ihre Privatsphäre zuzubilligen hätte. Hierin eine ›Neue Sachlichkeit‹ zu erblicken, wäre jedoch ein Missverständnis. Das Super-Normale bleibt tatsächlich insofern Neo-Biedermeier, als schon der eigentliche Biedermeier Selbstbescheidung inmitten einer politisch wie industriell sich revolutionierenden und restaurierenden Welt symbolisierte, die ihren epochenspezifischen Stil dadurch schuf, dass sie die überlieferten Ausdrucksformen reduzierte, gewissermaßen wiederverwertete und durch eine Geschmackserziehung der Massen weithin verbreitete. Hier traf sich, mit anderen Worten, erstmals der Lebenswandel des Adels und des Bürgertums auf dem common ground post-revolutionärer Verwüstungen und nostalgischer Wiederinstandsetzungen, um sich für die kommenden Jahrzehnte gravierender Umwälzungen in der Idylle einer neu gefundenen bzw. zu findenden Work-Life-Balance einzurichten.

Und nichts anderes sollte Morrison tun, wo er Industrialisierung und DIY nochmals zu versöhnen schien, bevor der nächste, unweigerliche Schritt getan sein würde, nämlich den für den Biedermeier ebenso fatalen wie emanzipativen Schritt, sich den techno-medialen Bedingungen der eigenen Gegenwart zu stellen. Was bei Morrison bisweilen ungewollt zynisch wirkte: Im Dienst etablierter Designunternehmen allein für die Elite erschwinglichen Objekten die Aura des ›verklärten Gewöhnlichen‹ oder Super-Normalen zu verschaffen, sollte erst mit dem Auftauchen des 3-D-Druckers in den 2010er Jahren zunehmend und noch heute andauernd zu einer Gestalt finden, die beide Momente, Industrie und DIY, vereinigt – und zwar längerfristig eher auf disruptive als kontinuierliche Weise.

VII. Hipster – oder das Ende der diogenetischen Dialektik

Damit hätten wir nun die Schwelle zur Gegenwart übertreten und zugleich die Voraussetzungen eingeholt, um abschließend zur Beantwortung der Frage überzugehen, wie ein digitales DIY ausgehend vom Cyberpunk wohl zu verstehen wäre. Nach dem Vorherigen sollte deutlich geworden sein, dass wir uns in Sachen Digitalisierung immer noch in einer Art Findungsphase bewegen. Soviel scheint jedoch schon deutlich: Die Super-Normalität des Konsums im Spannungsfeld zwischen Vintage und Hightech erwies sich als trügerisch. Entsprechend meint man seit Ende der 2000er Jahre durch die Verbreitung des DIY zugleich eine neue Punk-Attitüde reanimiert zu sehen, die jedoch nicht weniger als ihr (unbewusstes) Vorbild zwischen Kynismus und Zynismus schwankt.

So bemerkt etwa Jean Railla im einschlägigen Magazin *CRAFT: Make Cool Stuff*, 02, unter dem Titel ›The Punk of Craft: Doing it yourself may be the ultimate form of rebellion‹:

Diese Ethik, der Do-it-Yourself-Ansatz, macht heutiges Crafting so attraktiv für Hipster (in Ermangelung eines besseren Begriffs). Praktiken wie Dumpster diving und Stricken bekommen etwas dezidiert Antiautoritäres in einer Zeit, da Billigprodukte überall verfügbar sind und der Konzernkapitalismus und die globale Konsumkultur

alles dominieren. Vielleicht ist im Zeitalter des Hyper-Materialismus [...] das Selbermachen von Dingen die ultimative Form der Rebellion.³³

Eine »ultimative Form der Rebellion« jedoch, weil sie nicht erst nach ihrer kommerziellen Vereinnahmung als Trend auf den Markt fand, sondern – im Sinne einer Gentrifizierung der Subkulturen oder wie man wohl fast sagen muss: einer Subkultur der Gentrifizierung – unmittelbarer Ausdruck derjenigen Jugendkultur ist, die bei Lichte betrachtet gar keine mehr ist: nämlich die des Hipsters. Diesen nämlich unterscheidet eine fatale Eigenschaft von allen vorangegangenen Jugendkulturen: Für ihn ist das Hip-Sein als solches zur Rebellion geworden, wobei freilich nicht festgelegt ist, was gerade als hip gilt und noch wird gelten können.³⁴

Sind alle Subkulturen in der Leitkultur ihrer Zeit als Kyniker wahrgenommen worden, bis sie es nachträglich selbst zum Zynismus des Erfolgs gebracht haben, sich als Establishment zu feiern, lässt sich am Phänomen des Hipsters die Verkehrung dieses Verhältnisses erkennen. Indem ein selbstkritischer Mainstream sich umgekehrt als neue Subkultur der Retromanie affirmiert, hebt er die vormalige Dialektik der Jugendmoden in sich auf und erfüllt so die juvenilen Verheißungen popkulturellen Selbstdesigns seit den Anfängen der Counterculture, wenn auch auf reichlich ironischere Weise: die Authentizität von jedermann, immer anders zu sein [als man selbst] – und darin allen anderen doch gleich. Der Hipster als Epigone aller möglichen Jugend(Protest)Kulturen kann sich nicht mehr selbst überleben, weil er bereits selbst die vorausgehende, avantgardistische Retroisierung von allem ist, gewissermaßen das konsumistische Hype per se als endgültige Leerform der Jugendkultur: zynischer Hype kynischer Hybris. In Zeiten des »Hyper-Materialismus« erweist sich der Hipster als Hyper-Zyniker – in all der kynischen Unschuld eines aufgeklärten Waren-Bewusstseins.³⁵

33 Mangels zugänglicher Quellen hier zitiert nach (und in der Übersetzung von) Holm Friebe / Thomas Range: Marke Eigenbau: Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion, Frankfurt am Main / New York 2008, S. 24.

34 Siehe Mark Greif / Kathleen Ross / Dayna Tortorici / Heinrich Geiselberger (Hg.): Hipster. Eine transatlantische Diskussion, Berlin 2012, bes. S. 24: »Alles begann mit der Auflösung eines Ethos, das man mit Punk und der »Do it yourself«-Bewegung assoziierte. Daraus entstand die Lebenseinstellung des Postpunk, der zwar immer noch mit den Idealen der Unabhängigkeit und des alternativen Lebens spielte, dabei aber klar zwischen den Sphären der individuellen und der ökonomischen Aktivität unterschied.«

35 Passend hierzu auch die Bemerkung von Friebe und Range in ihrem Kapitel: »Do it Yourself: das Missing Link zwischen Punk und Baumarkt« (ebd., S. 141): »Was niemand für möglich gehalten hätte, dass Baumärkte einmal hippe Marken werden könnten, ist eingetreten. Das wiederum lag nicht unwesentlich an der Pionierrolle von Hornbach und den Werbespots. Danach war Heimwerken auf einmal nicht mehr allein pfennigfuchsenden Familienvätern vorbehalten, sondern wurde auch für ganz normale Menschen zum neumodisch so bezeichneten Projekt, an dem man wachsen kann [...]. Bahnbrechend auch jene Spotserie aus dem Jahr 2005, in der Blixa Bargeld, Frontman der Einstürzenden Neubauten, aus dem aktuellen Hornbach-Katalog vorliest. Danach konnte

Was wir damit heute erleben, ist nicht nur ein Déjà-vu der Retrotrends als Jugendbewegung, sondern, insofern die jugendlichen Subkulturen im 20. Jahrhundert stets als Verjüngungsbad und Innovationsquell der Gesellschaft galten, gewissermaßen ihr Ende – das Ende der popkulturellen Legende der Jugend als Selbstzweck, statt Übergangsstadium.

Ein DIY-Design nun, das das zwar punkige, aber dilettantische Niveau von Basteltreffen, Bauwagen und Baumhäusern überwinden will, sieht sich heute einem harten Professionalisierungsdruck ausgesetzt. Es gerät unversehens in einen unbehüteten Konkurrenzkampf, der in Zeiten globaler Vernetzung jedes Nischenprojekt in das grelle Licht der Öffentlichkeit zerrt, wo es sich behauptet, eingeht oder gefressen wird. Die Logik von Start-ups ist das Paradebeispiel dieses Digital-Darwinismus und die professionelle Weiterführung eines DIY-Design, das streng genommen nur für den Hausgebrauch zu gebrauchen war. Auch Start-ups unterliegen meist der diogenetischen Dialektik von Kynismus und Zynismus, oszillierend nicht zuletzt zwischen idealistischen Ambitionen und realistischer Selbstaussbeutung.

Eigentliche Reife jedoch – auch noch gegenüber dieser Professionalisierung – bedeutet in den beruflich-privaten Graubereichen der Gegenwart wohl, die nötige Gelassenheit an den Tag zu legen, es manchmal am besten einfach sein zu lassen. Das wäre die kynische Variante der Gelassenheit, wohingegen die zynische lautete, sich es oder sich selbst egal sein zu lassen. Beide Varianten sind nicht leicht voneinander zu trennen, wobei der Triumph von Letzterem sich bald in dem Resultat zu erkennen geben dürfte, dass sich nichts ändert und wir zuletzt alle vor die Hunde gehen.

VIII. Hundsfott

Oft schärfte er mit lauter Stimme den Menschen die Lehre ein, daß ihnen das Leben von den Göttern an sich nicht schwer gemacht sei, aber über dem Suchen von Leckerbissen, Wohlgerüchen und was dem ähnlich, sei das in Vergessenheit geraten. In diesem Sinne sagte er auch zu einem, der sich von seinem Diener die Schuhe anziehen ließ: ›Noch hast Du nicht den Gipfel der Glückseligkeit erstiegen, solange du dich nicht auch noch schneuzen [sic] läßt; das wird dann der Fall sein [sic] wenn Du an den Händen gelähmt bist.³⁶

man sich erstmals vorstellen, dass zwischen Industrial-Punk und der Instandsetzung von Altbauten womöglich eine gedankliche Verbindung besteht. Derselbe Gedanke, der in den Siebzigern Amateure zur E-Gitarre greifen ließ, treibt heutige Heimwerker an die Bohrmaschine.«

36 DL S. 300.

Literatur

Albertine, Viv: A Typical Girl
- Ein Memoir, übers. v. Conny
Lösch, Berlin 2016.

Aristoteles: Politik,
München 2003.

Assange, Julian / Appelbaum,
Jacob / Müller-Maguhn, Andy /
Zimmermann, Jérémie: Cypher-
punk's. Unsere Freiheit und die
Zukunft des Internets, Frankfurt
am Main / New York 2013.

Brautigan, Richard: All
Watched Over By Machines Of
Loving Grace. In: Ders., All
Watched Over By Machines Of
Loving Grace, The Communication
Company, ohne Ortsangabe 1967.

Diogenes Laertius: Leben und
Meinungen berühmter Philosophen,
übers. v. Otto Apelt (unter
Mitarbeit von Hans Günter Zekl),
neu hg. v. Klaus Reich,
Hamburg, 2015.

Foucault, Michel: Der Mut zur
Wahrheit. Die Regierung des
Selbst und der anderen II. Vor-
lesung am Collège de France
1983/84, Berlin 2010.

Friebe, Holm / Ramge, Thomas:
Marke Eigenbau: Der Aufstand der
Massen gegen die Massenproduk-
tion, Frankfurt am Main / New
York 2008.

Greif, Mark / Ross, Kathleen /
Tortorici, Dayna / Geiselberger,
Heinrich (Hg.): Hipster. Eine
transatlantische Diskussion,
Berlin 2012.

Hughes, Eric: A Cypherpunk's
Manifesto, 1993. [https://www.
activism.net/cypherpunk/mani-
festo.html](https://www.activism.net/cypherpunk/manifesto.html) (Abruf: 28.8.2019).

Kittler, Friedrich: Rock Musik
- ein Mißbrauch von Heeresgerät
[1988]. In: Ders., Die Wahrheit
der technischen Welt. Essays zur
Genealogie der Gegenwart, hg. v.
Hans Ulrich Gumbrecht, Berlin
2013, S.198-213.

Morrison, Jasper: Everything
but the Walls, Baden (Schweiz),
2002.

Niehues-Pröbsting, Heinrich: Der
Kynismus des Diogenes und der
Begriff des Zynismus, München
1979.

Papaneck, Victor: Design for the
Real World: Human Ecology and
Social Change, New York 1971.

Sloterdijk, Peter: Kritik der
zynischen Vernunft, Frankfurt am
Main 1983.

Sloterdijk, Peter: Der starke
Grund zusammen zu sein. Erinne-
rungen an die Erfindung des Vol-
kes, Frankfurt am Main 1998.

Turner, Fred: From Countercul-
ture to Cyberculture. Stewart
Brand, the Whole Earth Network,
and the Rise of Digital Utopia-
nism, Chicago / London 2006.

ANNE D. PEITER

Design und die Herstellung des Obsoleten

**Konsum- und Designkritik im Werk
von Günther Anders**

I

Industrielle Produktionsstätten sind Einrichtungen, die der Bedürfnisse ihrer prospektiven Kunden bedürfen. Ohne diese keine Produktion, ohne sie kein Konsum. Die Schnelligkeit, mit der produziert werden kann, hängt also nicht allein von der Schnelligkeit der zur Verfügung stehenden Maschinen und allgemein: den Produktionsmitteln ab, sondern auch und nicht weniger von der Schnelligkeit, mit der das Hergestellte der Obsoletheit verfällt, wodurch das Bedürfnis zu einem ungedeckten und neu zu deckenden gemacht wird.

Obsoletheit steht damit im Zentrum kapitalistischen Wirtschaftens. Ingenieure unterliegen nicht länger einer Deontologie, die von ihnen erwartet, dass sie möglichst gut funktionierende Dinge entwerfen, sondern vielmehr Dinge, die sich selbst so schnell wie möglich überlebt haben werden. Bestand haben bzw., mehr noch, gesteigert werden sollen, also die Bedürfnisse potenzieller Käufer. Es geht keineswegs um die Steigerung der Zeit, in der die Dinge selbst Bestand haben. Es ist daher keine neue Einsicht, wenn ich sage, dass Werbung als Instanz zur Schaffung von Moden dient, die die Idee einer Bedürftigkeit plausibel zu machen versucht, die angesichts des Überflusses, der in vielen Ländern herrscht, zum historischen Nonsense geworden ist.

Der Philosoph Günther Anders gehört zu den Kritikern des kapitalistischen Systems, die vor allen Dingen ab den 1960er Jahren dessen Konsequenzen für das Wettrüsten der beiden Supermächte des Kalten Krieges zu zeigen versuchten. Zum Zentrum des Andersschen Engagements wurde die Atomenergie, deren erste explizite, d. h. tatsächlich militärische Anwendung über Hiroshima und Nagasaki die Drohgeste als – implizit – psychologische Anwendungsform vorwegnahm. Mit anderen Worten formuliert: Die beiden Bombenabwürfe vom 6. und 9. August 1945 enthielten, weil sie sich implizit auch gegen die Sowjetunion richteten, schon die Abschreckungslogik, die die weitere historische Entwicklung mitprägen sollte.¹

In Anders' Augen bewegte sich die Menschheit durch das enorme Zerstörungspotenzial, das sich durch das »Zerstörungsdesign« zugunsten weiterer, immer mächtigerer Bombentypen ins Unermessliche steigerte, mitten in die Gefahr der Auslöschung allen Lebens hinein. Die Frage der Obsoletheit, die für alle Arten von Konsumgütern so wesentlich ist, spielte, so Anders, auch für den Rüstungswettlauf der gezwiefachten Welt eine entscheidende Rolle. Anders geht bei seinen Überlegungen von einem Paradox aus. Er macht darauf aufmerksam, dass die Anhäufung von A- und H-Bomben diesseits und jenseits des Eisernen Vorhangs schon bald jede weitere Steigerung unnötig machte, reichte das Zerstörungspotenzial der existierenden Waffen doch aus, um die gesamte Ökosphäre gleich mehrfach zu vernichten. Es stellte sich demnach die Frage, warum die Politiker beider Blöcke dennoch bereit waren, enorme Summen für die Forschung und das Design neuer, »besserer« Bomben auszugeben, d. h. den Rüstungswettlauf weiterzuführen.²

1 Vgl. Borden, William: *There will be no time. The revolution in strategy*, New York 1946.

2 Zum historischen Kontext: Vgl. Gaddis, John Lewis: *Der Kalte Krieg. Eine neue Geschichte*, München 2007.

Und hier kommt, wie angekündigt, die Frage nach der Obsoletheit mit ins so gar nicht spielerische Spiel. Anders' Auffassung nach dient die Rhetorik des »Fortschritts«, der technischen »Verbesserung« und der Steigerung der »Leistungsfähigkeit« neuer Bombentypen schlicht dem Ziel, die Obsoletheit des vorherigen Designs von Tod plausibel zu machen. Es erfolgt also die Übertragung einer Denkfigur, die von der zivilen Konsumgüterindustrie her bekannt ist, auf den militärischen Bereich, wo sie jedoch offensichtlich jeden Sinn verloren hat: Eine gleich mehrfache Zerstörung der Welt war ganz und gar unnötig, eine einmalige erfüllte den Zweck der Abschreckung, die der psychologischen Kriegsführung zugrunde lag, mit hinreichender Überzeugungskraft. Es ging also gar nicht um Zerstörung, sondern um Produktion und Entwicklung neuer Designs, die allerdings untrennbar mit der Zerstörung verzahnt waren.

Treten wir einen Schritt zurück. Wie ist das In-Form-Bringen der Drohung mit Zerstörung, d. h. das Design als Formung der Möglichkeit und Denkbarkeit der Vernichtung jeglicher, von Menschen gemachter Form genau zu denken? Welches Verhältnis unterhält das Design zu Obsoletheit und Gewalt? Um die Beantwortung dieser Fragen soll es im Folgenden gehen. Ich möchte jedoch erst die »Arbeit an der Bombe« selbst in Augenschein nehmen und mich danach, induktiv gleichsam, an eine abschließende Definition des Begriffs »Design« wagen. Eines zeichnet sich schon hier ab: Mein Design-Begriff wird wesentlich paradox ausfallen, weil er wegen der Dinge, die das Design der Bomben stets mit Blick auf Zerstörung formt, von jeher das Gegenteil seiner selbst enthält.

In gewisser Weise ist diese paradoxe Struktur in der Herstellung des Nicht-mehr-Benutzbaren selbst angelegt. Besehen wir uns die Obsoletheit im Allgemeinen. Sie kann auf zweierlei Weise erreicht werden: Entweder man braucht das betreffende Produkt auf, was im gegebenen Kontext bedeuten würde: Man verspeist das Stück Brot, »vernichtet« es damit; man wirft die Bombe und »vernichtet« sie damit als Vernichtungswaffe. Fall zwei, der dem »Oder« zum genannten »Entweder« entspricht: Wenn ein Produkt nicht aufgebraucht, d. h. vernichtet werden kann – hier z. B. weil man keinen Hunger hat oder der Krieg kalt bleibt –, dann muss man eben das kapitalistische Grundprinzip, in das, nebenbei gesagt, die Sowjetunion ebenso einbezogen war wie die USA, auf andere Weise verwirklichen. Und wenn Obsoletheit als Voraussetzung neuer Produktion, neuen Designs und neuen Gewinns unabdingbar ist, dann muss eben die Fiktion der »Verbesserung« des Bombendesigns in die Welt gesetzt werden.

Die erste Herstellung von Obsoletheit, d. h. die Verwendung der Bombe, konnte in niemandes Interesse sein, nicht einmal in der der Bombendesigner selbst. Die zweite Methode zur Herstellung von Obsoletheit – die Logik der »Verbesserung« – war aber nicht weniger riskant, denn erstens steigerte sie die Zerstörungsmittel quantitativ und qualitativ weiter, und zweitens schuf sie durch die hohen Kosten die Grundlage für eine Argumentation, die dann doch, wenn auch in einem anderen Sinne, besagen konnte, der Aufwand lohne nicht. Als riskant hatte diese Idee zu gelten, weil sie dann doch der Option Attraktivität verleihen

konnte, die darin bestanden hätte, einen »Dritten Weltkrieg« anzuzetteln und so die bestehenden ökonomischen Verluste durch Kriegsgewinne wieder »einzufahren«.³

Anders befürchtete entsprechend, dass das Credo von Produktion und Design, da sie ohne Zerstörung nicht auszukommen vermögen, bewusst einen Krieg mit Zerstörungen von unabsehbaren Ausmaßen herbeiführen würde. Das Fehlen jeglicher »moralischen Fantasie« (wie er es nannte) machte die Hoffnung, die entscheidenden Instanzen würden vor dem Irrsinn einer solchen Entscheidung zurückschrecken, zu einer illusorischen. Es drohte eine Situation zu entstehen, in der der Wunsch nach Herstellung von Obsoletheit der Warenwelt, zu der eben leider auch die Bomben gehörten, die Obsoletheit der gesamten Menschen- und Tierwelt – oder besser: der Ökosphäre – herbeiführen würde.⁴

II

Die Science-Fiction-Literatur seiner Zeit gab seinen Ängsten, die Zukunft entziehe sich der Vorstellungskraft, recht. Doch dies galt keineswegs im erwarteten Sinne. Auch wenn die Errichtung einer fantasierten (nicht unbedingt aber fantastischen) Zukunft die ureigene Domäne dieses literarischen Genres ist, ist beim Blick auf einen großen, repräsentativen Textkorpus festzustellen, dass eine Angst vor der Angst den literarischen Markt beherrschte.⁵ Es gibt zwar aus der Zeit des Kalten Krieges eine schier unübersehbare Reihe von Romanen und Erzählungen, die in den verschiedensten Sprachen einen Atomkrieg imaginieren, doch äußerst selten sind Texte, die ihre Szenarien bis zum Tod der gesamten Menschheit steigern.⁶ Vielmehr wird der Leserschaft gemeinhin ein Plot geboten, durch den die Identifizierung mit einigen Figuren möglich wird, die zwar größte Gefahren und den Verlust des gewohnten Lebenskontextes hinnehmen müssen, dann aber doch, als mehr oder weniger große Gruppe von »Troglodyten« des post-atomaren Zeitalters, die Menschheitsgeschichte ein zweites Mal beginnen lassen. Mitunter geschieht das mit Pfeil und Bogen in der Hand, doch immerhin: Dass die Obsoletheit, die man der »absoluten Waffe«⁷ zuschreibt, zu einer Obsoletheit der gesamten Menschheit hinführen könnte, bleibt ausgeklammert.

Eine verhaltene Form von Optimismus grundiert die meisten Texte. Das drückt sich vor allen Dingen darin aus, dass die residuale Radioaktivität, die mehr ist als nur ein »Beipro-

3 Zur Kritik an der Logik des Wett-rüstens vgl. Jaspers, Karl: Die Atombombe und die Zukunft des Menschen. Politisches Bewusstsein in unserer Zeit, München 1962. Kritisch dazu: Peiter 2019.

4 Vgl. zum allgemeinen Kontext: Paul Boyer: *By the bomb's early lieght. American thought and culture at the dawn of the atomic age*, Chapel Hill 1985.

5 Vgl. Peiter, Anne D. : *Träume der Gewalt. Studien der Unverhältnismäßigkeit zu Texten, Filmen und Fotografien. Nationalsozialismus*

- Kolonialismus - Kalter Krieg, Bielefeld: 2019. Besonders einschlägig ist hier das dritte Großkapitel dieses Buches, das zum Kalten Krieg.

6 Diese These bestätigen auch die Untersuchungen von Paul Brians, dessen Buch hier unübertroffen dasteht: Vgl. Brians, Paul: *Nuclear holocausts. Atomic war fictions 1895-1984*, Kent (Ohio), London 1987.

7 Der Begriff stammt von Bernard Brodie. Vgl. Brodie, Bernard: *The absolute weapon. Atomic power and world order*, New York 1946.

dukt« der eigentlichen Explosion, systematisch unterschätzt wird. Zwar ist in den Romanen immer wieder die Rede vom Problem der Verstrahlung, doch merkwürdigerweise werden die Konsequenzen der Strahlung für tierische und menschliche Organismen, die vor allen Dingen seit Hiroshima und Nagasaki im Detail bekannt und in medizinischen Fachbüchern beschrieben worden waren, feinsäuberlich ausgeklammert.⁸ Es gibt die Strahlenkrankheit in der Science-Fiction-Literatur praktisch nicht. Beschrieben wird in Mainstream-Texten kein Haarausfall und kein Erbrechen, kein Krebs und keine behinderten Neugeborenen, keine inneren Blutungen und keine tödliche Schwäche.⁹ Wenn man bedenkt, dass der Aspekt des Fortwirkens der Radioaktivität in der Zukunft kaum je zum Thema wird, gewinnt die These an Glaubwürdigkeit, dass die Literatur sich das Nachdenken über das Heute und vielleicht noch das allernächste Morgen zur Aufgabe macht, vom Übermorgen, dem immer noch verseuchten, aber nichts wissen will.

Entsprechend fehlt in diesen Texten ein Gedanke, der im Gegensatz dazu für Anders von großer Bedeutung war: Dass Bunkerbauten vielleicht einen Teil der Menschheit retten können¹⁰, bedeutete noch lange nicht, dass diese Rettung von langer Dauer sein würde, denn ein weiträumiger, atomarer Schlagabtausch hätte ja auch die Anbaugelände betroffen, die die Grundlage für die Nahrungsmittelversorgung darstellen.¹¹ Und da kein Bunker groß genug sein kann, um die gesamte Ökosphäre unter ihre Betonschichten zu holen, muss die verbreitete Empfehlung, die privaten Haushalte sollten sich mit Konserven für zwei Wochen ausstatten, als reine Beruhigungs- und nicht etwa als realistische Zivilschutzmaßnahme gelten.¹² Die Literatur hat sich aber zum Fürsprecher für diese Tendenz zur Verharmlosung gemacht und sich damit letztlich zu einer Instanz entwickelt, die die atomare Gefahr für die Herstellung einer vollkommen anachronistischen Form von literarischer Spannung und Abenteuer nutzte.¹³ Man konnte Geschichten von Gefahr und Tod erzählen, doch stets blieb man hinter den Erfahrungen zurück, die in Japan schon dokumentiert worden waren.¹⁴ Die Gefahren wurden, so muss erneut betont werden, in ein akzeptables Verhältnis zu der Versicherung gesetzt, ganz so schlimm werde es nicht werden, die Resilienz der Menschheit – und damit auch ihre Design- und Konsummöglichkeiten – würden letztlich siegen.

8 Siehe auch: Dewey, Joseph: *In a dark time. The apocalyptic temper in the american novel of the nuclear age*, West Lafayette, Indiana 1990.

9 Genaueres dazu in: Peiter 2019.

10 Als eine besonders viel rezipierte Ratgeberpublikation sei zitiert: Gerstell, Richard: *How to survive an atomic bomb*, Washington, D.C. 1950.

11 Wichtig für die Zivilschutzdebatten in den USA ist das Buch: Vgl. D. Rose, Kenneth: *One nation underground. The fallout shelter in american culture*, New York 2002.

12 Vgl. dazu: Schell, Jonathan: *Das Schicksal der Erde. Gefahr und Folgen eines Atomkriegs*, Stuttgart 1983.

13 Eine kritische Auseinandersetzung mit dieser Art von Texten erfolgt in: Peiter 2019.

14 Einschlägig im Zusammenhang der medizinischen Forschung zur Strahlenkrankheit: Vgl. *The effects of atomic weapons*, hg. vom Los Alamos Scientific Laboratory (in Zusammenarbeit mit dem U.S. Department of Defense and the U.S. Atomic Energy Commission), New York, Toronto, London 1950.

Ein letztes Beispiel aus dem Bereich der Science-Fiction-Literatur mag die Tendenz zur Verharmlosung beweisen: Es gibt einen Umgang mit dem Problem der fehlenden, sinnlichen Wahrnehmbarkeit der Radioaktivität, der erstaunlich anmutet. Der Fall-out ist in Wirklichkeit darum so gefährlich, weil er weder mit dem Ohr noch mit dem Auge, weder mit der Zunge noch mit der Nase und nur in sehr eingeschränktem Sinne – nämlich in zeitlicher Versetzung – durch den Tastsinn wahrgenommen werden kann.¹⁵ [Radioaktivität kann spürbar, haptisch spürbar werden, weil sie Verbrennungen auslöst, doch auch der Tastsinn erweist sich, wie alle anderen vorgenannten, als hilflos gegenüber der Strahlung: Die Feststellung der Verbrennungen erfolgt stets zu spät, dann nämlich, wenn die Wirkung der Strahlung, die weit früher ihre krankmachende Wirkung begonnen hat, endlich in den Bereich des Spürbaren eintritt.]

Und jetzt die Literatur. Sie ist durchzogen von allen möglichen Lösungsangeboten und Fiktionen, in denen dann erstaunlicherweise die sinnliche Wahrnehmung doch zum Warnapparat zu werden vermag. Die Radioaktivität bekommt auf einmal einen Geschmack – der Joghurt hat ein anderes Aroma –, oder sie tickt, als enthalte sie selbst schon einen Geigerzähler, oder sie äußert sich in mysteriösen, oft von Insekten hervorgerufenen Tönen¹⁶, oder sie macht sich auf andere Weise dem Menschen bemerkbar. Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Nur ist dies eine Fantasie, die die fantastischen Qualitäten der realen Bombe ausblendet.

Festzustellen ist damit, so sei abschließend gesagt, dass die Warnungen, die Günther Anders in Konferenzen und Büchern, auf Kundgebungen und bei Treffen von japanischen Überlebenden aus Hiroshima und Nagasaki unablässig zu wiederholen pflegte, auf dem Science-Fiction-Markt keinen Widerhall fanden. Hier war kein Bündnispartner zu finden. Vielmehr galt, dass, von so berühmten Beispielen wie Nevil Shutes Bestseller-Roman »On the beach«¹⁷, dem westdeutschen Hörspiel-Klassiker »Träume« von Günter Eich¹⁸ oder dem von seiner Hellsichtigkeit und Pessimismus her unübertroffenen Roman »Level 7« des polnisch-amerikanischen Physikers Mordechai Roshwald¹⁹ einmal abgesehen, die Gefährlichkeit des Prinzips der Obsoletheit für das atomare Waffenarsenal nicht zum Gegenstand von Literatur wurde.

III

Und dies ist nun der Punkt, von dem aus sich weitere Kreise bis ins Heute ziehen lassen. In einem ersten Schritt hatte ich das Prinzip der Obsoletheit von Konsumgüterdesign auf

15 Vgl. dazu: Peiter, Anne D.: »Atomgestank«. Zur Pazifik-Literatur der 1940er und 1950er Jahre«. In: Johannes Görbert / Mario Kume-kawa / Thomas Schwarz (Hg.), Pazifikismus. Poetiken des Stillen Ozeans, Würzburg 2017, S.373-390.

16 Zur akustischen Rückgewinnung der Wahrnehmbarkeit der neuen Gefahr: Peiter 2019.

17 Vgl. Shute, Nevil: On the beach, London 1957.

18 Vgl. Eich, Günter: Träume. In: Ders.: Gesammelte Werke, Bd. 1, am Main 1991.

19 Vgl. Roshwald, Mordechai: Level 7, London 2004.

die Bombe übertragen und war dabei Günther Anders gefolgt. Jetzt könnte man sich in einem zweiten Schritt fragen, ob die Obsoletheit, deren Bedrohlichkeit am Beispiel eben dieser Bomben evident geworden war, nicht umgekehrt wieder für ein Nachdenken über die Konsumgüterindustrie genutzt werden müsste. Anders gewendet: Wenn man vor der Herstellung von Obsoletheit von Konsumgütern etwas über die Gefährlichkeit der – scheinbaren – Obsoletheit der Bomben lernen konnte, kann man umgekehrt vielleicht auch durch das obsoletere Bombendesign etwas über die Gefährlichkeit der Obsoletheit des Designs in der Konsumgüterindustrie lernen.

Und hier beginnt nun meine Ablösung von Anders. Dieser imaginiert, ausgehend von den enormen Energiemengen, die durch die Atomkraft oder die Sonne produziert werden könnten, einen Kapitalismus, dessen Problem nicht der Mangel im Bereich der Energieversorgung sein werde, sondern vielmehr der »Mangel an Mangel« im Bereich der Bedürfnisse. Ich möchte erklären, was er damit meint: Der Herstellung von Bedürfnissen könnten, so meint er, irgendwann Grenzen gesetzt sein. Der Konsument werde mit den Konsummöglichkeiten nicht mehr mitkommen, beginne, deren ungehemmtes Wachstum zu bremsen und damit das Gesamtsystem, das auf Expansion aus ist, zu stören. »Mangel an Mangel« bedeutet also, dass die Industrie ihren Konsumenten nicht mehr hinreichend plausibel machen kann, dass sie weiterhin Mangel an Gütern litten. Der Mangel an Mangel betrifft also Design und Produktion, und zwar über den Umweg eines abnehmenden Konsums.

Und wo beginnt jetzt die erwähnte Abgrenzung von Anders? Mir scheint, dass Anders' Gedanken auf zweierlei Weise ergänzt werden müssen. Erstens hat die von ihm prognostizierte Entwicklung, die darin bestehen sollte, dass die Konsumenten zeitlich mit dem Verfall der Produkte nicht mehr mitkommen und daher Konsumverzicht üben, nicht stattgefunden. Vielmehr hat, wie gerade am Beispiel der Telekommunikation zu sehen ist, die künstliche Schaffung von Obsoletheit zu einem geradezu irren Tempo gesteigert werden können, so dass Modelle mit »neuem« Design die gerade erst hergestellten gleich wieder ablösen.

Die zweite, ergänzende Bemerkung geht in eine andere Richtung. Sie besagt, dass die Idee der Endlichkeit der Ressourcen, die Menschen zu ihrer Verfügung haben, in Anders' Philosophie eine untergeordnete Rolle spielt und damit zugleich auch das Problem des Abfalls, das das Korrelat zu den Extraktionen darstellt, die die erste Etappe so vieler Produktionsprozesse bilden. Wenn Design und Produktion nicht weitergehen können, weil ihnen die Ressourcen – gemeint sind: die Rohstoffe – ausgehen, dann ist kaum zu erwarten, dass die Krise von besagtem »Mangel an Mangel« ihren Ausgang nimmt. Dann wird die Herstellung von Bedürfnissen ungebrochen weitergehen, der expansive Charakter des Wirtschaftens sich jedoch mit der Zeit die eigene materielle Grundlage zerstören.

Inzwischen ist es nicht mehr übertrieben, zu sagen, dass die Untergangssängste, die im Kalten Krieg durch die Atombomben ausgelöst wurden, in unserer Gegenwart von Untergangssängsten abgelöst worden sind, die sich auf eine andere, räumlich aber vergleichbar große Zerstörung richten: Klimakatastrophe, Ressourcenmangel und das Problem der Entsorgung von Abfällen könnten der Beginn eines Sterbens von gleichermaßen planetarischen Ausmaßen sein. Wenn man diese Angst als Voraussetzung von Erkenntnisgewinn betrachtet, d. h. Übertragungen vornehmen möchte, die die kollektiven Ängste aus dem

Kalten Krieg zu etwas machen, was uns heute etwas zu sagen hat, dann sind das Fragen, die erneut mit dem Problem der Obsoletheit zu tun haben. Wenn wir am Prinzip der Obsoletheit von Design festhalten, drohen wir, ganz wie zwischen 1945 und 1989 – den Eckdaten des Kalten Krieges –, unsere eigene Obsoletheit herzustellen.

Harald Welzers Plädoyer, an die Stelle der expansiven müsse eine reduktive Moderne treten, erscheint plausibel.²⁰ Nur dass dieser Gedanke vielleicht noch radikalisiert werden müsste. Der enorme Zugewinn an Energie und Macht, der mit der Entdeckung der Atomenergie vermacht war, hat ein Verhältnis des Menschen zu sich selbst verstärkt, das schon lange zuvor auf dem Glauben an die Bedeutung der eigenen Rolle, des eigenen Gewichts beim Treffen von Entscheidungen fußte. Der Fortschrittsoptimismus, wie wir ihn spätestens seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts kennen, ist hier eine wichtige historische Marke.

Die Rettungsaufträge, die sich heute gegen die Obsoleterwerden von Fauna, Flora und Mensch wenden, kranken in ihrer Mehrheit daran, das Gefälle zu unterschätzen, das Günther Anders, darin wiederum ganz unser Zeitgenosse, als ein »prometheisches« bezeichnet hat. Wir machten uns als Menschen die Diskrepanz zwischen Herstell- und Vorstellbarem nicht klar. In Anders' Formulierung: »Der sich ängstigende Mensch meistert nur geringere Aufgaben als der produzierende Mensch. Und insofern ist ›der Mensch kleiner als er selbst.«²¹ Die Fantasie bleibe hinter der Realität zurück, wir erfassten die Konsequenzen, die unsere scheinbare Naturbeherrschung habe, nicht in ihrer vollen Schwere.

»Natürlich« ist der Begriff der »Obsoleterwerden« von Natur – »Natur« im sehr allgemeinen Sinne verstanden – wieder einmal nur auf paradoxe Weise zu begreifen. Die wesentliche Angewiesenheit des Menschen auf sie äußert sich darin, dass die permanente Herstellung von Obsoletheit im Bereich der Ding- und Bombenwelt Obsoletheiten mit sich bringt, die nicht intendiert waren, jedoch plötzlich gegen ihn – nämlich den Menschen – zurückschlagen. Es ist dies ein Verhältnis von Ursache und Wirkung, ohne dass die Wirkung Konsequenz von Absichten wäre. »Es« passiert eben einfach, nämlich: dass die unausgesetzte Verabschiedung von einer scheinbar schon nicht mehr »aktuellen« Dingwelt dann auch die Um-Welt (also »Natur«) verabschiedet.

Ich glaube, dass dieser Gedanke von größter Aktualität ist. Die Rhetorik des »Rettet den Planeten« bleibt jedoch den gleichen Allmachtsfantasien verhaftet, die auch für das Vertrauen zu der Verfügbarkeit von Ressourcen, zu der Notwendigkeit einer totalen Naturbeherrschung etc. kennzeichnend sind. Obsolet ist demnach nicht nur die Selbstverständlichkeit, mit der wir die Logik des Obsolet-Werdens der »Design-Welt« hinnehmen bzw. befördern, sondern, sehr viel radikaler noch, unsere prometheische Selbsteinschätzung schlechthin.

Im Kalten Krieg drohte der atomare Schlagabtausch ausgelöst zu werden, weil die Ausgabe von Unsummen mit anderen Formen von Obsoletheit nicht mehr überzeugend

20 Vgl. Welzer, Harald: Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand, Frankfurt am Main 2013.

21 Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen, Bd. 1, München 2002, S. 268.

begründet werden konnte. Heute droht die sich beschleunigende Herstellung echten Mangels und zwar durch die fehlende Einsicht, dass Länder der sogenannten »Ersten Welt« keinen leiden und noch in der Kritik am herrschenden Wirtschaftssystem die Protagonistenrolle und das Vertrauen in die Machbarkeit von allem und jedem – also auch das Design von Zukunft – nicht aufzugeben verstehen.

In dieser Hinsicht wäre das Zugeständnis, ohnmächtig zu sein, vielleicht gerade eine handlungsleitende – und nicht etwa eine resignative – Veränderung in Bezug auf das Verhältnis zum Kommenden. Ohnmacht als Einsicht, sich selbst und die kommenden Generationen in eine Situation hineinmanövriert zu haben, in der uns unsere scheinbare Stärke in komplizierten Rückkopplungen wirtschaftlicher, sozialer, politischer und ökologischer Art zu »besiegen« droht, scheint mir von auch praktischer Bedeutung zu sein. Nicht der Planet – verstanden als Masse mit einer bestimmten geologischen Geschichte – ist bedroht, sondern seine Ökosysteme und mit ihm als durchaus vernachlässigbares, unbedeutendes, »obsoletes Beiprodukt« der Mensch als Kollektivsingular. Wir nehmen uns zu wichtig, wenn wir uns zu Akteuren der Rettung »des Planeten« erklären. Mehr noch: Noch immer nehmen wir uns zu wichtig, sogar angesichts einer Geschichte, die auf die Herstellung unserer eigenen Obsoletheit hinausläuft. Der Planet wird bestehen bleiben, egal, was mit der Ökosphäre und der Menschheit geschieht. Der Slogan »Rettet den Planeten« und alles, was zu diesem Zukunft-Design beigetragen hat, müssen als obsolet erkannt werden.

Eine radikale Selbstbescheidung wäre demnach zu fordern, und zwar nicht nur in Bezug auf Konsum und Design. Vielmehr wäre erst einmal zuzugeben, dass die aktuelle Situation, wie sie schon seit Langem absehbar war, vollkommen der Kontrolle entglitten ist. Nicht mehr prometheisch zu handeln, hieße, erst einmal innezuhalten und in der Art, wie heute eine Kehrtwende vollzogen werden soll, noch die gleiche Logik, den gleichen Machbarkeitswahn am Werk zu sehen, die überhaupt erst in die Probleme hineingeführt haben. Noch einmal anders formuliert: Unsere Hybris müsste obsolet werden, damit die Herstellung von Obsoletheit obsolet wird und nicht länger zum Obsoletwerden von »Natur« und damit letztlich auch der Menschen führt.

Ich zitiere in diesem Kontext Günther Anders, der zwar mit Blick auf einen möglichen Atomkrieg schreibt, darin aber auch Entwicklungen vorwegnimmt, die sich bis in die Gegenwart hinein erstrecken:

Wenn man bedenkt, welche geringfügigen geschichtlichen Ereignisse (oder auch nur omina) früher ausgereicht hatten, um gewaltige Wellen eschatologischer Erregung der Angst sowohl wie der Hoffnung, aufzurühren – Massenerregungen, trotz Mangels an Kommunikationsmitteln – dann wirkt die Tatsache, dass heute »eschatologische Windstille« herrscht, obwohl das Ende effektiv in den Bereich der Möglichkeit gerückt ist, und Kommunikationsmittel in beliebigem Ausmaß zur Verfügung stehen, geradezu gespenstig. Sieht man von der Erregung im Kreise der Wissenschaftler ab – übrigens ein erstmaliger Fall: Apokalypse-Angst bei nicht-Religiösen – dann ist nicht die geringste Panik zu registrieren. Die organisierten Massenaktionen, die gegen die Verwendung atomarer Waffen in Bewegung gesetzt worden sind, bestä-

tigen zwar die Akutheit der Gefahr, beweisen aber durchaus keine millionenfach angstvolle Erwartung des Endes.²²

Der Begriff, der hier festhaltenswert erscheint, ist der Begriff der »Apokalypse-Blindheit«.²³ Ist das auch das heutige Problem? Und wie erklärt es sich? Anders vertritt die folgende These:

Die Fähigkeit, uns auf »Ende« einzustellen, ist uns durch den generationenlangen Glauben an den angeblich automatischen Aufstieg der Geschichte genommen worden. Selbst denjenigen unter uns, die an Fortschritt schon nicht mehr glauben. Denn unsere Zeit-Attitüde, namentlich unsere Einstellung auf Zukunft, die vom Fortschrittsglauben geformt worden war, hat diese ihre Formung noch nicht verloren: wir sind noch, was wir gestern geglaubt hatten; mit den neuen, unterdessen angenommenen, Gedanken haben sich unsere Attitüden [...] noch nicht synchronisieren können.²⁴

Und mit Blick auf die Zeit vor allem seit dem 19. Jahrhundert:

[...] sofern es Schlechtes gab, erschöpfte es sich darin, das noch-nicht-Bessere zu sein; damit etwas Überholbares, und zwar ein solches, gegen dessen Überholtwerden kein Kraut gewachsen war; mithin etwas Vergängliches; damit das morgen bereits Vergangene. Tatsächlich relegierte man auch alles, was man als »negativ« einräumte, in die Vergangenheit; wodurch man ihm seinen letzten Rest von Hölllichkeit nahm. Kurz: auf »schlechtes Ende« war man nicht eingestellt, weil es weder etwas Schlechtes noch ein Ende gab. Die Vorstellung »schlechtes Ende« fiel seelisch aus [...].²⁵

IV

Obsoletheit, das bleibt auch angesichts der historischen Erfahrungen, die Europa im »Zeitalter der Extreme« (Hobsbawm) gemacht hat, ein unumgängliches Thema. Und hier kommt jetzt ein entscheidender und letzter Punkt zum Design: Das, was Hannah Arendt mit Blick auf die Shoah die »Überflüssigmachung« bestimmter Gruppen von Menschen genannt hat, entspricht ja gleichfalls der Macht, die der Gedanke der »Obsoletheit« gewonnen hat. Im besetzten Polen erfuhr die Konzentration, Ausraubung, Deportation und anschließende industrielle Tötung der jüdischen Bevölkerung eine unerhörte Beschleunigung, weil der Glaube, die Welt von einer ebenso »gefährlichen« wie »überflüssigen« »Rasse« zu »reini-gen«, mit der Bedürfnislosigkeit und Armut der Mehrheit Hand in Hand ging.

22 Ebd., S. 276 f.

23 Ebd., S. 276.

24 Ebd., S. 277 f.

25 Ebd., S. 278.

Allgemeiner und wieder mit Blick auf die Gegenwart gesagt: Die Obsoletheit von Menschen ist im Kapitalismus nicht leicht zu erreichen, denn jeder Mensch kann potenziell zum Kunden und Verbraucher und damit zur Quelle von Profit werden. Doch je weniger Bedürfnisse ein Mensch an den Tag legt, je weniger er sich für Design interessiert, desto weniger interessant ist er für den Markt. Das bedeutet, dass der Prozess des Obsoletmachens, wie er für Güter aller Art existiert, sich potenziell dann doch auch auf Menschen auszudehnen droht, wenn diese sich durch ihren »Mangel an Mangel« gleichsam selbst für obsolet erklären – nämlich als obsolet, d. h. nutzlos, für den Markt.

Von dieser Seite droht vielleicht eine weitere Gefahr, die zu den klimabedingten und ökologischen hinzutritt. Es ist dies die Argumentation, wie man sie von genozidalen Argumentationsmustern des 20. Jahrhundert in den verschiedensten Ländern und Kontexten her kennt.²⁶ Das Zusammentreffen weiträumiger ökologisch-ökonomischer Krisen und der Gewöhnung an die Kategorie von »obsolet« und »nicht-obsolet« könnte sich als gefährlich erweisen, und zwar noch bevor durch den sich vorbereitenden Ressourcenmangel die Bedürfnislosigkeit bestimmter Bevölkerungsgruppen als positiv erkannt werden kann.

Insofern stellen die Zeitdiagnosen, wie Günter Anders sie ab den 1960er Jahren an die deutsche Öffentlichkeit (und darüber hinaus) getragen hat, vielleicht eine Basis dar, von der aus Gegenwart und Zukunft-Design in neuem Licht erscheinen.

V

Doch was bedeutet »Design« dann eigentlich noch? Wie wäre dieser Begriff zu umreißen – und vielleicht auch: im Sinne einer neuen Bescheidenheit und Selbstbescheidung zu verändern?

Wenn Design auf irgendeine Weise mit »Formung« zu tun hat, dann stellt die Formung von Tod und Zerstörung, wie sie im Bombendesign zur Aufgabe wird, einen Extremfall der Herstellung von Obsoletheit – Obsoletheit des Menschen und der Ökosphäre – dar. Denn dann ist derjenige, der formt, zumindest potenziell in die Obsoletwerdung im größten Maßstab einbezogen. Bombendesign enthält, so muss vom Designer zugegeben werden, die Möglichkeit, um des Todes des Feindes willen zugleich auch den eigenen Tod zu formen, kolateral sozusagen.

Aber weil dieser Möglichkeitssinn (im musilschen Sinne) nicht geformt wird, formte und formt man weiterhin Zerstörungswerkzeuge und widmet sich so der Herstellung des eigenen Todes. Nur dass dieser Tod dann eigentlich doch nicht der eigene ist, denn das Verständnis von Design wird viel zu eng gedacht. Ein neuer Design-Begriff müsste her. Es wäre dies ein Begriff, der sich nicht mehr an der Form des jeweiligen Dings festhält und die Überlebarkeit der eigenen Person nicht mehr an der gefundenen Form festmache. Vielmehr müsste Design sehr viel stärker als Potentialis begriffen werden, hier (bei der Bombe)

26 Vgl. Peiter, Anne D. : Komik und Gewalt. Zur literarischen Verarbeitung der beiden Weltkriege und der Shoah, Köln 2007.

wie aber auch beim Hyperkonsum allgemein: als Potentialis einer Katastrophe, die weit über das Ding hinaus- und doch von diesem ausgeht, und zwar in dem Sinne, dass dieses Ding Wirkungen hat, die es nicht haben soll, aber trotzdem hat.

Es ist, als schöbe man Zerstörung und Gewalt stets von sich weg, als delegiere man sie an das Ding, als gebe es keine Verursacher mehr. Es bewahrheitet sich eine Einsicht, die Hannah Arendt zu verdanken ist. Sie meint, dass die zur Verfügung stehenden Mittel für die politischen (oder militärischen) Realitäten meist sehr viel entscheidender seien als die Intentionen, die sich die Entscheidungsträger bei der Verfügung über diese Mittel zuschreiben. In Bezug auf die Bombe (und den Hyperkonsum) würde das bedeuten, dass ziemlich vernachlässigbar ist, was die jeweilige politische Elite mit der Waffe anzufangen gedenkt. Viel wichtiger ist, dass sich überhaupt jemand an das Design der Bombe gemacht und ihr zur Wirklichkeit verholphen hat. Was dann aus ihrem Bestehen wird, entzieht sich jeder weiteren Formung. Einmal da, ist sie da und die in ihr liegende Wirkung Bestandteil der möglichen (und damit realen) Ohnmacht desjenigen, der sich selbst nur als der Former der Bombe – also als Inhaber einer bestimmten Verfügungsgewalt – betrachten mag. Aber in Wirklichkeit kehren sich die Hierarchien eben um. Die Bombe verfügt über den Menschen und nicht umgekehrt. Und für den Konsum ganz allgemein gilt Ähnliches.

Neue Design-Ideen müssten stets von den möglichen zukünftigen oder historisch bereits bekannten Katastrophen her gedacht werden. Die aus dem ökonomischen System her resultierenden Obsoletheiten müssten vermieden werden. Designer, das müssten in Zukunft mehr und mehr Vertreter eines Berufs sein, der sich über die Selbstbescheidung definiert. Dinge nicht zu machen wäre eine neue Form der Formung von Zukunft. Eine Art Verzichtdesign könnte Design wieder für eine lebbara Zukunft öffnen. Das aber würde voraussetzen, dass man die Bombe (und ähnliche Produkte, die auf Obsoletheit zielen) nicht mehr als Mittel betrachtet, sondern als das, was sie sind, nämlich: als direkter Tod, den man sich selbst zufügt. Und als ein Ausdruck eines Kontrollverlustes mit unabsehbaren, unformbaren Folgen. Verzichtdesign als Kritik am Obsoletheitsdesign. Ein Bescheidenheitsdesign als Abwendung von der Idee, es seien die eigenen Intentionen, die der Welt ihre Form gäben.

Literatur

- Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen, Bd. 1, München 2002.
- Borden, William: There will be no time. The revolution in strategy, New York 1946.
- Boyer, Paul: By the bomb's early lieght. American thought and culture at the dawn of the atomic age, Chapel Hill 1985.
- Brians, Paul: Nuclear holocausts. Atomic war fictions 1895-1984, Kent (Ohio), London 1987.
- Brodie, Bernard: The absolute weapon. Atomic power and world order, New York 1946.
- Dewey, Joseph: In a dark time. The apocalyptic temper in the american novel of the nuclear age, West Lafayette, Indiana 1990.
- Eich, Günter: Träume. In: Ders.: Gesammelte Werke, Bd. 1, Frankfurt am Main 1991.
- Gaddis, John Lewi: Der Kalte Krieg. Eine neue Geschichte, München 2007.
- Gerstell, Richard: How to survive an atomic bomb, Washington, D.C. 1950.
- Jaspers, Karl: Die Atombombe und die Zukunft des Menschen. Politisches Bewusstsein in unserer Zeit, München 1962.
- Los Alamos Scientific Laboratory (Hg.): The effects of atomic weapons, (hg. in Zusammenarbeit mit dem U.S. Department of Defense and the U.S. Atomic Energy Commission), New York, Toronto, London 1950.
- Peiter, Anne D.: Komik und Gewalt. Zur literarischen Verarbeitung der beiden Weltkriege und der Shoah, Köln 2007.
- Peiter, Anne D.: »Atomgestank«. Zur Pazifik-Literatur der 1940er und 1950er Jahre«. In: Johannes Görbert / Mario KumeKawa / Thomas Schwarz (Hg.), Pazifikismus. Poetiken des Stillen Ozeans, Würzburg 2017, S. 373-390.
- Peiter, Anne D.: Träume der Gewalt. Studien der Unverhältnismäßigkeit zu Texten, Filmen und Fotografien. Nationalsozialismus - Kolonialismus - Kalter Krieg, Bielefeld 2019.
- Rose, Kenneth D.: One nation underground. The fallout shelter in american culture, New York 2002.
- Roshwald, Mordechai: Level 7, London 2004.
- Schell, Jonathan: Das Schicksal der Erde. Gefahr und Folgen eines Atomkriegs, Stuttgart 1983.
- Shute, Nevil: On the beach, London 1957.
- Welzer, Harald: Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand, Frankfurt am Main 2013.

Architektur und Design



Daniel Hornuff

Die Neue Rechte und ihr Design

Vom ästhetischen Angriff auf die offene Gesellschaft

2019, 142 S., kart., 17 SW-Abbildungen

19,99 € (DE), 978-3-8376-4978-9

E-Book: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4978-3



Katharina Brichetti, Franz Mechsner

Heilsame Architektur

Raumqualitäten erleben, verstehen und entwerfen

2019, 288 S., kart., 22 SW-Abbildungen, 57 Farbabbildungen

29,99 € (DE), 978-3-8376-4503-3

E-Book: 26,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4503-7



Annette Geiger

Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs

2018, 314 S., kart., 175 SW-Abbildungen

29,99 € (DE), 978-3-8376-4489-0

E-Book: 26,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4489-4

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Architektur und Design



Andrea Rostásy, Tobias Sievers

Handbuch Mediatektur

Medien, Raum und Interaktion als Einheit gestalten.
Methoden und Instrumente

2018, 456 S., kart., 15 SW-Abbildungen, 211 Farbabbildungen

39,99 € (DE), 978-3-8376-2517-2

E-Book: 39,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-2517-6



Ulrike Kuch (Hg.)

Das Diaphane

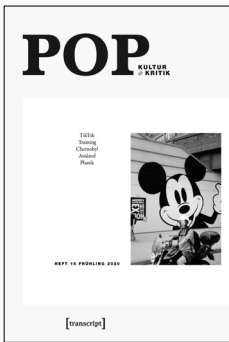
Architektur und ihre Bildlichkeit

Januar 2020, 228 S., französische Broschur,

43 SW-Abbildungen, 15 Farbabbildungen

24,99 € (DE), 978-3-8376-4282-7

E-Book: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4282-1



Thomas Hecken, Moritz Baßler, Elena Beregow,

Robin Curtis, Heinz Drügh, Mascha Jacobs,

Annekathrin Kohout, Nicolas Pethes, Miriam Zeh (Hg.)

POP

Kultur & Kritik (Jg. 9, 1/2020)

April 2020, 180 S., kart.

16,80 € (DE), 978-3-8376-4936-9

E-Book: 16,80 € (DE), ISBN 978-3-8394-4936-3

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

