

Ulrich Liesch

GESELLSCHAFTSGESTALTER

Was die Politik vom Design lernen kann

GESELLSCHAFTSGESTALTER

Was die Politik von Design lernen kann

Master-Thesis vorgelegt am 17. Januar 2013
an der Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung
im Studiengang Master of Arts in Creative Direction,

von Ulrich Liesch
mail@ulrichliesch.de

Betreut durch:
Prof. Matthias Kohlmann und
Prof. Thomas Gerlach

Papier: Munken Lynx, zartweiß. 120 g/m²
Schriften: Milo Offc, ITC Slimbach
Druck und Bindung: Hirsch GmbH, 75015 Bretten



Diese Arbeit ist unter der Creative Commons-Lizenz veröffentlicht.
Sie beinhaltet, dass bei Verwendung von Auszügen der Autor genannt
werden muss und keine Bearbeitung oder kommerzielle Nutzung
gestattet sind. Sie finden die vollständigen Lizenzbestimmungen unter:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>
Bei Nutzung von Inhalten würde ich mich über eine Mitteilung freuen.

Ulrich Liesch

GESELLSCHAFTSGESTALTER
Was die Politik vom Design lernen kann

INHALT

1. EINLEITUNG

		006
1.1	Zielsetzung und These	008
1.2	Mögliche Fragestellungen	009
1.3	Vorgehensweise	010
1.4	Zur Gliederung	012

2. DESIGN UND POLITIK

		014
2.1	Design	016
2.1.1	Definitionen von Design	017
2.1.2	Positionen zur Zukunft des Design	019
2.1.3	Designverständnis dieser Arbeit	023
2.2	Politik	027
2.2.1	Politikverständnis dieser Arbeit	027
2.2.2	Die Politikfeldanalyse	029
2.2.3	Politische Herausforderungen	031
2.3	Design und Politik in Beziehung	034
2.3.1	Design und die Politik	035
2.3.2	Design und das Politische	037
2.3.3	Das »Gute« in Design und Politik	044
	Zwischenfazit	047

3. PROZESSE IN DESIGN UND POLITIK

		048
3.1	Prozesse und Prozessphasen-Modelle	050
3.2	Der Designprozess	053
3.3	Der politische Prozess	057
3.4	Die Prozesse im Vergleich	061
3.5	Der Kontext der Prozesse	067
	Zwischenfazit	073

4. DESIGNWISSEN

		074
4.1	Annäherung an das Designwissen	077
4.1.1	Design als Denkweise	080
4.1.2	Design als Wissenskomplex	085
4.2	Beispiele designspezifischer Fähigkeiten	088
4.3	Übertragung des Wissens	098
	Zwischenfazit	105

5. DESIGNWISSEN IN DER POLITIK

		106
5.1	Verlässliche Politik in einer dynamischen Gesellschaft	108
5.2	Lösungsorientierte Politik in einer vernetzten Gesellschaft	117
5.3	Empathische Politik in einer bürgerorientierten Gesellschaft	129
	Zwischenfazit	137

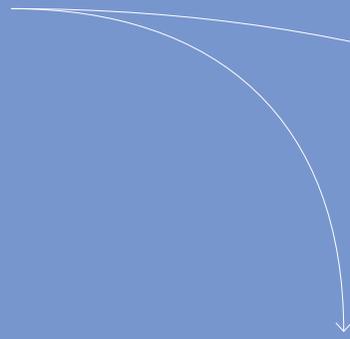
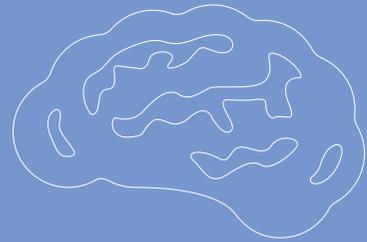
6. RÉSUMÉ UND AUSBLICK

		138
6.1	Zusammenfassung und Folgerung	140
6.1	Praktische Ableitungen	144

APPENDIX

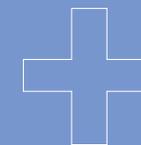
		150
	Literatur-Quellen	151
	Digitale Quellen	159
	Zitat-Verzeichnis	166
	Abbildungs-Verzeichnis	168
	Eidesstattliche Erklärung	171

1. EINLEITUNG



DIESES **ERSTE KAPITEL** IST VERGLEICH-
BAR MIT DER PHASE DES BRIEFINGS
UND DER **PROBLEMDEFINITION** IM
DESIGNPROZESS.

DAS THEMA WIRD ABGESTECKT, ES
WIRD EINE **ZIELVORGABE** DEFINIERT
UND EINE **THESE** FORMULIERT, DIE
GRUNDLAGE BILDEN FÜR DIE WEITERE
ABHANDLUNG.



Politik und Design sind zwei Bereiche innerhalb der Gesellschaft, die uns täglich begleiten und denen sich niemand entziehen kann. Alles ist *gestaltet* und alles gesellschaftliche Leben erfolgt innerhalb *politisch* vorgegebener Regeln. Politik und Design beeinflussen unser tägliches Handeln, häufig ohne dass wir dies bewusst wahrnehmen und sind von großer gesellschaftlicher Relevanz.

Neben eher oberflächlichen Berührungspunkten der beiden Bereiche (dazu mehr im Kapitel 2.3), gibt es auch tiefer gehende Gemeinsamkeiten in deren Wesen, wie Hans Höger und Kerstin Stutterheim in der Einleitung der Publikation *»Design & Politik«* erläutern:

»Design und Politik vereint vieles. Beide haben mit der Gestaltung von Lebenssituationen zu tun. Beide sind Ausdruck des Willens, Strukturen zu ersinnen, die es ermöglichen sollen, zentrale Bereiche des menschlichen Alltags zu organisieren und positiv zu bewältigen. Und beide haben unmittelbaren Einfluss auf die Vielzahl jener Prozesse und Ereignisse, die – oft ohne großes Aufsehen – Gegenwart in Zukunft verwandeln.«¹

¹ Höger, Stutterheim (2005), S. 7

1.1 Zielsetzung und These

Es ist das Ziel dieser Arbeit, Möglichkeiten aufzudecken, wie der Designer² einen konstruktiven Beitrag zur Politik leisten kann. Nicht im Sinne der Gestaltung von Wahlplakaten oder eines neuen Corporate Designs, sondern auf einer beratenden Ebene, die gesellschaftlichen- und nicht parteipolitischen Nutzen anstrebt. Dabei soll der Fokus auf den Prozess der Zustandsoptimierung gerichtet werden, den beide Bereiche gemeinsam haben: Beide haben die Aufgabe, Handlungsbedarf früh zu erkennen und darauf mit angemessenen Konzepten zu reagieren. In der Politik spricht man dabei von *Gesetzgebung*, im Design von *Formgebung*.

² Um den Lesefluss zu erleichtern, wird in dieser Arbeit darauf verzichtet, durchgängig weibliche und männliche Form zu verwenden. Wenn nicht explizit die weibliche oder die männliche Form betont wird, sind sowohl Frauen als auch Männer gemeint.

In der Beschreibung des Master-Studiengangs *»Creative Direction«* an der Hochschule Pforzheim heißt es:

»Der Studiengang Master of Arts in Creative Direction hat es sich mit Blick auf sich abzeichnende Entwicklungen zum Ziel gesetzt, den Wirkungsgrad designspezifischer Fähigkeiten zu erhöhen und diese zu kombinieren mit analysierenden, organisierenden und reflektierenden Kompetenzen.«³

³ Hochschule Pforzheim (2012)

In diesem Sinne ist es das Ziel dieser Arbeit, zu zeigen, dass sich designspezifische Fähigkeiten von materiellen Objekten abgelöst auf andere Bereiche übertragen lassen. Es soll weiter dargelegt werden, dass Wissen aus dem Designprozess speziell auf politische Prozesse angewandt werden kann und diese dadurch im Sinne der Gesellschaft optimiert werden können. Aus dieser Zielformulierung lässt sich folgende Kern-These ableiten, auf deren Überprüfung diese Arbeit ausgerichtet ist:

Wissen aus dem Designprozess lässt sich auf politische Prozesse übertragen und kann so zu gesellschaftlichem Nutzen führen.

Lässt sich diese These bestätigen, so öffnet sich dem Designer ein Tätigkeitsbereich als Berater an der Seite des Politikers, der fernab von PR-Beratern und Spin-Doctors, den politischen Prozess begleitet und zu einer zeitgemäßerer Politik verhilft.

1.2 Mögliche Fragestellungen

Um die Bereiche Politik und Design zu erfassen, vorhandene Beziehungspunkte und Parallelen aufzudecken und nach Möglichkeiten einer Partnerschaft, mit dem Ziel eines gesellschaftlichen Nutzens, zu suchen, werden Fragestellungen wie die folgenden erforderlich sein: Welche Verbindungen gibt und gab es zwischen Politik und Design? Was für Entwicklungen zeichnen sich im

Designverständnis ab? Gibt es Parallelen in den Prozessen von Politik und Design? Was für Fähigkeiten zeichnen einen Designer über die einzelnen Disziplinen hinausgehend aus? Gibt es Stellen im politischen Prozess, an denen der Designer diesen optimieren kann? Welche Eigenschaften des Designers sind hier von Nutzen?

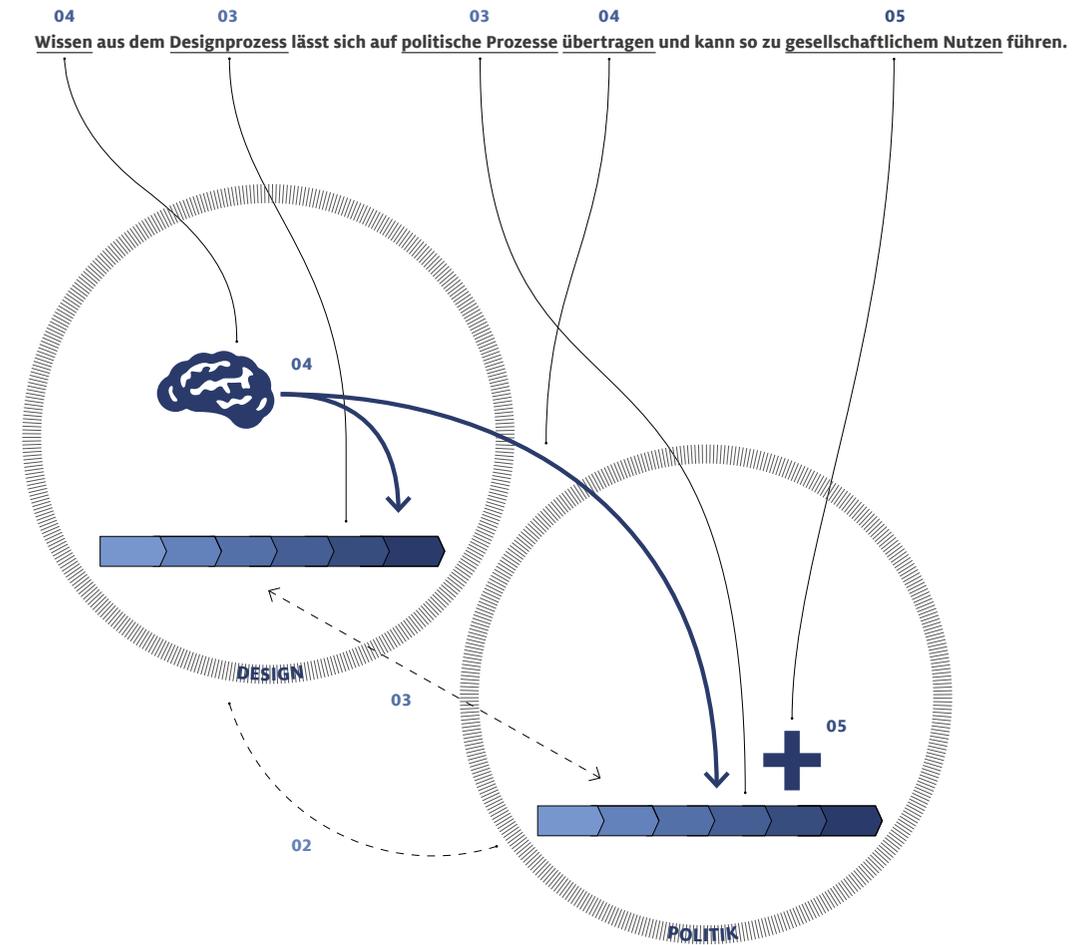
1.3 VORGEHENSWEISE

Sieht man Design und Politik in Anlehnung an die Systemtheorie als zwei abgegrenzte Bereiche innerhalb der Gesellschaft, können diese modellhaft als solche dargestellt werden und eignen sich dazu, die These anhand einer Grafik aufzuschlüsseln, was hier zur Erläuterung der Vorgehensweise dienen soll.

Nachdem in diesem Kapitel (01) der Untersuchungsgegenstand dargelegt- und das Ziel definiert wurde, dient Kapitel 02 dazu, einen Überblick über den Status Quo des Themenfeldes »Design und Politik« zu ermitteln. Hierzu werden die zwei Bereiche Design und Politik zunächst einzeln betrachtet, wesentliche Begriffe als Grundlage für diese Arbeit definiert und aktuelle und mögliche zukünftige Entwicklungen beleuchtet. Anschließend werden Beziehungen zwischen den Bereichen aufgezeigt.

Daraufhin (03) wird der Fokus eingeschränkt auf die »Optimierungs-Prozesse«, als welche sowohl die Tätigkeit von Politikern als auch die von Designern bezeichnet werden kann. Hier soll der Blick auf vorhandene Prozessphasenmodelle geworfen werden und jeweils ein Arbeitsmodell als Grundlage dieser Arbeit definiert werden. Davon ausgehend werden die Prozesse in Politik und Design verglichen, auf ihre Besonderheiten hin untersucht und überprüft, ob sie soweit vergleichbar sind, dass sie als Grundlage für eine Kommunikation zwischen den Bereichen dienen können.

Können die Prozesse in Politik und Design grundsätzlich miteinander verglichen werden, so geht es dann (04) um die Frage, welches Wissen und Fähigkeiten der Designer anwendet. Es wird



geprüft werden, ob es ein designspezifisches Wissen gibt, was man sich darunter vorstellen kann und ob dies theoretisch auf andere Bereiche übertragen werden kann. Ist dies der Fall, wird zur Bestätigung oben genannter These in Kapitel 05 schließlich zu prüfen sein, ob ein solcher Wissenstransfer tatsächlich zu dem formulierten Anspruch des gesellschaftlichen Nutzens führen kann.

Im abschließenden Kapitel 06 folgt eine Zusammenfassung der sich im Laufe der Abhandlung ergebenden Erkenntnisse und es werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie diese in der Praxis angewandt werden können.

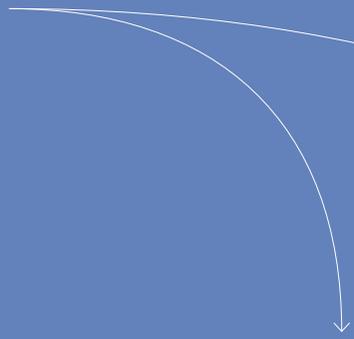
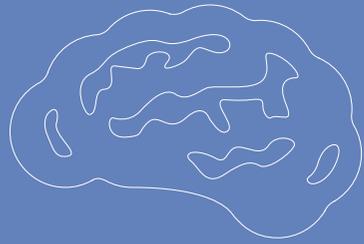
Abb. 01
Die Grafik zeigt in abstrahierter Weise, welche Teiluntersuchungen für die Überprüfung der These erforderlich sind.

1.4 ZUR GLIEDERUNG

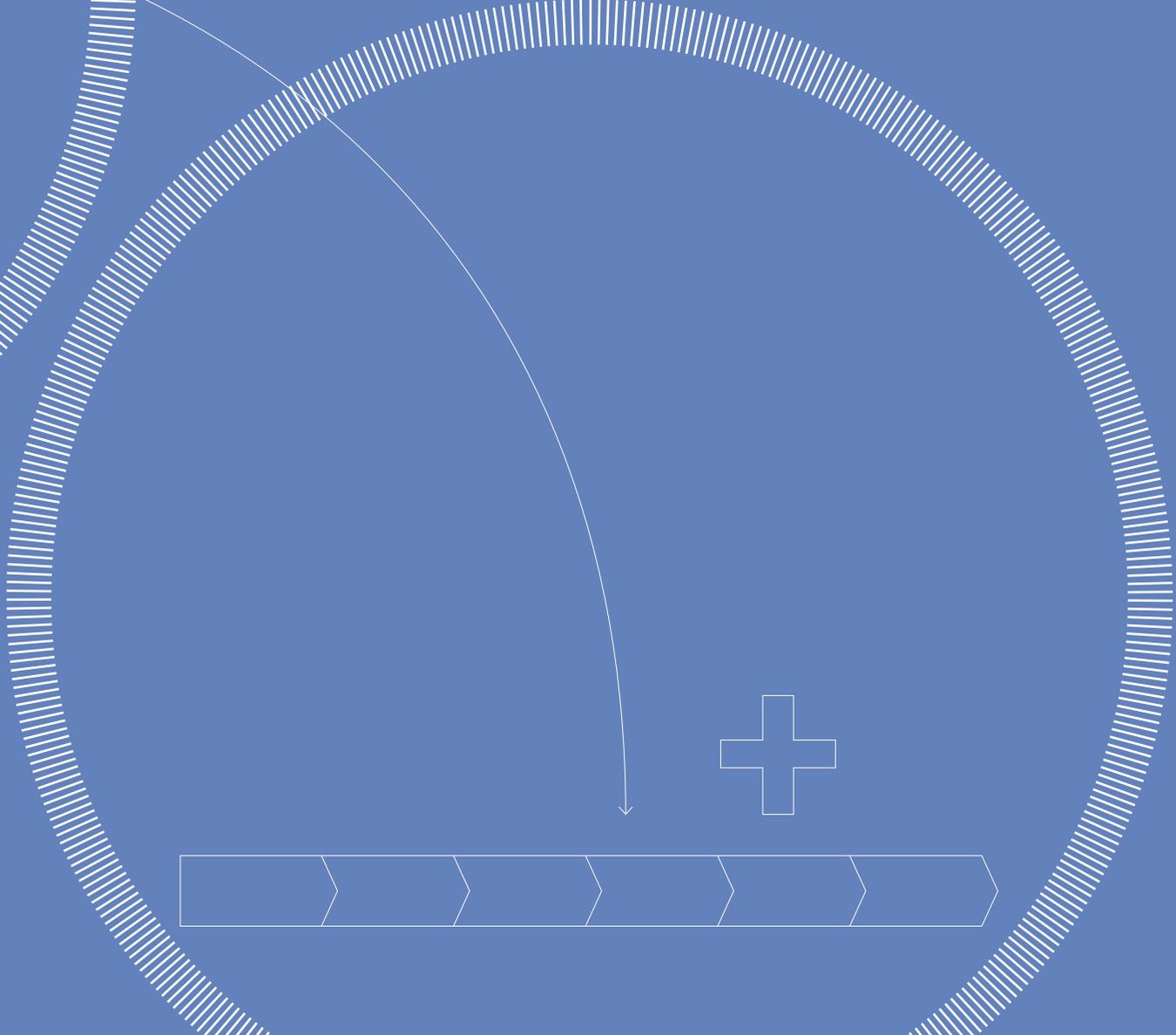
Diese Abhandlung selbst kann, als Prozess begriffen, mit einem Designprozess verglichen werden, da sie in der Entwicklung mitunter starke Parallelen zu diesem aufweist. Beispielsweise in der Erarbeitung von Struktur, im Erkennen von Zusammenhängen und im Schließen von Verknüpfungen zwischen unterschiedlichen Thematiken. Am Designprozess orientiert, entspräche dieses mit einer Zielformulierung beginnende erste Kapitel von Wesen und Zweck einer anfänglichen Problemdefinition in einem Gestaltungsprozess. Daraufhin folgt in der Regel eine Ist-Analyse und eine ausgiebige Recherche, was auf die Theorie übertragen bedeutet, zunächst alle Informationen auszubreiten und zu betrachten. Dies wird im zweiten Kapitel vorgenommen.

Die dritte Phase untersucht die recherchierten Informationen, stellt Beziehungen her und konzipiert daraus mögliche Lösungsvarianten. In diesem Falle wird in dieser dritten Phase der Fokus auf einen speziellen Schwerpunkt gesetzt. Die vierte Phase dient im objektbezogenen Gestaltungsprozess der Umsetzung, dem Design eines der Zielvorgabe angemessenen Konzepts. In diesem *Theorie-*Gestaltungsprozess dient diese Phase der Festigung und Untermauerung der zu überprüfenden These. Das nun gestaltete Objekt oder Interface wird in der fünften Prozess-Phase »in der wirklichen Welt« daraufhin getestet, ob es alle Anforderungen erfüllt. Auch die aufgestellte These muss überprüft werden, ob sie im konkreten Kontext aufrecht zu erhalten ist. In der letzten Designphase wird das Gestaltete implementiert und in der Praxis betrieben. Die theoretischen Erkenntnisse werden im letzten Teil der Arbeit auf eine praktische Nutzung hin untersucht und mögliche Empfehlungen daraus abgeleitet.

2. DESIGN UND POLITIK



DAS **ZWEITE KAPITEL** DIENT, ÄHNLICH DER **RECHERCHE**-PHASE IM DESIGN-PROZESS DAZU, DAS THEMA BREIT ZU BETRACHTEN, BEGRIFFS-**DEFINITIONEN** VORZUNEHMEN UND VERSCHIEDENE **FACETTEN** ZU BELEUCHTEN.



2.1 DESIGN

Im Frühsommer 2012 schaltete ein REWE-Supermarkt im Hessischen Cölbe eine Stellenanzeige, in welcher sie unter der Frage »Sie sind kreativ und arbeiten gerne mit Lebensmitteln?« Auszubildende zur »Fleisch- u. Wurstdesignerin« suchte. Über Facebook verbreitete sich die Anzeige schnell über Hessen hinaus und sorgte für Schmunzeln und Kopfschütteln. Auf eben diese Anzeige Bezug nehmend fragt Johanna Renate Wöhlke in einer Glosse im Hamburger Abendblatt: »Was designen die denn am Fleisch? Machen die womöglich auch diese schreckliche, grinsende Gesichtswurst??«⁴ Und obgleich die Anzeige möglicherweise genau mit dem Ziel der Provokation erstellt wurde, sagt sie doch erschreckend viel darüber aus, wie Design in der heutigen Sprache verstanden wird. Von der Konsumgüter-Industrie einst als Schlagwort entdeckt und missbraucht, um Produkte wie »Designer-Sofas« oder »Designer-Jeans« als besonders schön, besonders qualitativ oder besonders ausgefallen zu verkaufen, gibt es heute kaum mehr einen Bereich, der nicht versucht, den Begriff *Design* zu verwenden, um modischer, stylischer oder ausgefallener zu wirken. Nach Hair-Design, Nagel-Design und ähnlichem ist also Wurst-Design nur eine logische Fortführung der Reihe von abstrusen Verwendungen des Begriffs.

Der Hochschuldozent und Kommunikations-Designer Jürgen Albrecht zieht die Bilanz, dass der Begriff *Design* heute verkommen sei, in unserer Konsumgesellschaft als reiner Kult des Sichtbaren gelte und nur noch mit formal-ästhetischen Faktoren gleichgesetzt würde.⁵ Da *Design* für sich allein genommen, ohne Differenzierung keinerlei Bedeutung hat, wie der Architekt und Designer Ettore Sottsass feststellt⁶, ist bei einer theoretischen Abhandlung, wie sie hier erfolgen soll, zunächst eine klare Begriffsdefinition unerlässlich. Im Folgenden sollen daher einige Definitionsansätze aufgeführt werden, die im Diskurs um einen Designbegriff auftauchen, anschließend werden Positionen zu künftigen Änderungen des Designverständnisses dargelegt, um, darauf aufbauend, die dieser Arbeit zugrunde liegende Definition zu erörtern.

⁴ Wöhlke (2012)

⁵ vgl. Albrecht (2011), S. 11

⁶ vgl. Höger (1999), S. 145

2.1.1 DEFINITIONEN VON DESIGN

Die eben beschriebene Verwendung des Begriffs »Design« in der Alltagssprache zeichnet ein Bild von Design als eine, dem »designten« Objekt nachträglich verpasste, dekorative Eigenschaft, häufig verbunden mit Luxus und nicht unbedingt praktisch in der Funktion. Diese Auffassung eines Attributs, das manche Objekte auszeichnet und andere nicht, ist jedoch zu kurz gegriffen und wird dem Begriff nicht gerecht.

Versucht man, sich dem Design durch eine etymologische Begriffsuntersuchung zu nähern, so stellt man schnell fest, dass es eine Vielzahl von Übersetzungsmöglichkeiten gibt, welche jeweils wieder eine Menge von Interpretationen zulassen:

»Als Substantiv meint es unter anderem ›Vorhaben‹, ›Plan‹, ›Absicht‹, ›Ziel‹, ›böswilliger Anschlag‹, ›Verschwörung‹, ›Gestalt‹, ›Grundstruktur‹, und all diese und andere Bedeutungen stehen mit ›List‹ und ›Hinterlist‹ in Verbindung. Als Verbum (to design) meint es unter anderem ›etwas aushecken‹, ›vortäuschen‹, ›entwerfen‹, ›skizzieren‹, ›gestalten‹, ›strategisch vorgehen‹.«⁷

⁷ Flusser (1993), S. 9

Zwar wird das Wesen des Design in einigen der hier von dem Kommunikationstheoretiker Vilém Flusser genannten möglichen Übersetzungen spürbar, aber eine fest abgesteckte Definition bieten sie keineswegs. Design hat seine Wurzeln im Kunsthandwerk und differenzierte sich als Folge der industriellen Revolution in einem Prozess von etwa 30 Jahren als eigenständige, professionelle Disziplin aus. Während dieser Entwicklung grenzte es sich »einerseits gegen die angewandten Künste und die Dekoration ab, andererseits gegen Architektur und Konstruktion (Maschinenbau).«⁸

⁸ Bonsiepe (1996), S. 37

Vor diesem Hintergrund betrachtet, als Weiterentwicklung des Kunsthandwerks, ist es schlüssig, dass Design über lange Zeit eine relativ abgegrenzte Tätigkeit beschrieb: der Produkt-Designer

entwarf Pläne für die massenhafte Produktion von Produkten und der Gebrauchsgraphiker entwickelte zum Beispiel die dazugehörigen Bedienungsanleitungen. Bereits in diesem Designverständnis wesentlich war die einer Arbeit zugrunde liegende konzeptionelle und planerische Absicht. Designgeschichtlich relevant wurde der Ausdruck der »Guten Form«, welcher in den 1950er Jahren von dem HfG-Ulm-Mitbegründer Max Bill geprägt wurde und eine klare Bindung von Design an ein wahrnehmbares Objekt impliziert. Der Begriff der guten Form scheint auf den ersten Blick nicht so weit weg zu sein von dem Designbegriff, der heute in der Werbung verwendet wird, um beispielsweise einen vermeintlich besonders schicken Sessel anzupreisen. Allerdings beschreibt »gut« kein ästhetisches Kriterium und so widerspricht auch Gui Bonsiepe diesem Trugschluss: »Die Verfechter der Guten Form verfolgten soziopädagogische Ziele, die lifestyle centers hingegen verfolgen ausschließlich kommerzielle und Marketingabsichten.«⁹ Der Frage nach gutem Design und guter Politik wird im Abschnitt 2.3.3 gesondert Aufmerksamkeit gewidmet.

⁹ Bonsiepe (2005), S. 38

»Design kann viel mehr für unsere Gesellschaft leisten, als ein paar Leuten dabei zu helfen, Menschen dazu zu verführen, sich mit Geld, das sie nicht haben, Dinge zu kaufen, die sie nicht brauchen, um damit Leuten zu imponieren, die sie nicht leiden können.«

Michael B. Hardt und Joachim Kobuss. Designer und Designberater [Zitat 01]

Springen wir von den 50ern des 20. Jahrhunderts ins Heute, so zeigt sich, wie stark sich der Designbegriff in dieser relativ kurzen Zeit verändert hat. So lässt sich beispielsweise der Erfolg des für sein Design hoch gelobten iPhones nicht allein auf das Objekt *iPhone* und dessen sensorisch wahrnehmbare Form beschränken. Vielmehr ist es das System, das hinter diesem flachen schwarzen Produkt steckt, das als Teil des Designs die Menschen begeistert.

Einer, der die Notwendigkeit, Design losgelöst vom Objekt zu begreifen, bereits früh erkannte, war Lucius Burckhardt. In seinem 1970 verfassten Text »*Design heisst [sic] Entwurf, nicht Gestalt!*« fordert er die Abkehr des Designbegriffs als »Gestalt« und eine Rückbesinnung von Design als »Entwurf«¹⁰, wodurch Design zum einen vom materiellen Objekt losgelöst wird und zum anderen der zugrunde liegende Entwurfs-Prozess in den Mittelpunkt rückt. In seinem Werk mit dem – sich gegen Design als Kult des *Sichtbaren* stellenden – Titel »*Design ist unsichtbar*« von 1980 nennt er das Beispiel eines Krankenhauses, das sich nicht allein durch seine Architektur, die Möbel und die Geräte definiert, sondern ein unsichtbares, gestaltungsfähiges Gesamtsystem bildet.¹¹

¹⁰ vgl. Burckhardt (1970), S. 99

¹¹ vgl. Burckhardt (1980), S. 211 f.

Noch einen Schritt weiter in Richtung einer vom konkreten Objekt losgelösten Designdefinition geht der Politik- und Sozialwissenschaftler Herbert Simon, indem er sagt »Everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones«¹². Damit wären »alle Arbeitsbereiche, die es mit dem Seinsollen zu tun haben (Ingenieure, Ärzte, Geschäftsleute, Politiker, Künstler)«¹³ unter dem Designbegriff eingeschlossen, resümiert Norbert Bolz in einer Auseinandersetzung mit Simons Werk.

¹² Simon (1996), S. 111

¹³ Bolz (2005), S. 129

2.1.2 POSITIONEN ZUR ZUKUNFT DES DESIGN

Da sich der Designbegriff in einem stetigen Wandel und Entwicklungsprozess befindet, ist es für eine in die Zukunft gerichtete Arbeit wie diese auch bedeutend, Positionen zum Designverständnis von morgen zu berücksichtigen. Dazu soll in diesem Abschnitt dargestellt werden, was für Beobachtungen sich aktuell im Bereich des Design machen lassen und einige Stimmen zur möglichen Weiterentwicklung des Designverständnisses gehört werden.

Zuerst sollen anhand einiger Entwicklungen und Phänomene innerhalb des Designbereichs ein knapper Status quo desselben abgebildet werden. Es handelt sich dabei um eine Aufzählung von

Faktoren, die subjektiv als charakteristisch und prägend für die derzeitige Designszene eingestuft werden und das Bild einer sich seit geraumer Zeit stark verändernden Designlandschaft zeichnen.

STATUS QUO Nachdem Designer in den 1950er-Jahren damit begonnen haben, ihre Tätigkeit massiv dazu einzusetzen, die Wirtschaft wieder anzukurbeln und damit den Menschen zu Wohlstand zu verhelfen, ist das Design heute sehr unternehmensbezogen und hat häufig in erster Linie die Funktion, den Konsum zu fördern. In diesem Tätigkeitsfeld gerät insbesondere der visuelle Gestalter immer stärker unter Druck. Die Tatsache, dass heute auch Laien mit einem Computer grafische Entwürfe schaffen können, hat zu Crowdsourcing-Plattformen geführt, bei denen sich Kunden ein Logo für 300 Dollar zwischen verschiedenen Entwürfen auswählen können, ohne je einen Designer getroffen zu haben.¹⁴ Für mittelständische Unternehmen scheint dies durchaus eine attraktive Alternative zu sein. Durch diese Entwicklung droht Design zur Ware zu verkommen, es drückt die Preise von Gestaltungsarbeiten und die ganze Branche verliert an Wertschätzung. Zusätzlich gedrückt werden Wertschätzung und finanzieller Wert des Designs durch zunehmend zur Normalität werdende Pitches. Dabei werden für geringe Entlohnung meist umfassende Gestaltungs-Konzepte erwartet, für deren Entwicklung eine strategische Vorarbeit und eine von Kunden und Designer gemeinsam erarbeitete Zielsetzung sinnvoll wäre. Sowohl Crowdsourcing als auch die Pitch-Kultur führen dazu, dass häufig die Qualität der Entwürfe leidet und auch willkürliche Entwürfe Anwendung finden, da die einem guten und authentischen Design zugrundeliegende Vorarbeit fehlt.

Diese Entwicklungen im konventionellen Arbeitsfeld des Designers sind als negativ zu werten. Es scheinen sich ihm aber gleichzeitig neue Felder zu eröffnen, die den Fokus auf designspezifische Fähigkeiten – jenseits des handwerklichen Könnens oder des kosmetischen Aufhübschens – richten. So sind in den letzten Jahren vermehrt die Begriffe »Design Thinking« und »Service Design«

zu hören. Es wird das Denken eines Designers an vielen Business-Schulen als innovationsfördernde Methodik gefeiert und dadurch das Bild des Designers vom genialistischen Künstler hin zu einem methodischen Strategen verändert.

»[Designer] sollten weniger Formen, mehr Lebensformen gestalten. Die wichtigste Fähigkeit dafür ist, das enge Rezeptdenken durch eine horizontoffene Problemorientierung zu ersetzen.«

Felicidad Romero-Tejedor. Designtheoretikerin [Zitat 02]

Auch eine sich seit Jahren entwickelnde Designwissenschaft wird zunehmend bedeutsamer, was sich auch daran zeigt, dass sich die Möglichkeiten für einen Designer erleichtern, zu promovieren. Auch diese Entwicklung weist auf eine Tendenz hin, die den Designer nicht mehr in erster Linie als handwerklichen Umsetzer sieht, sondern darüber hinaus als »denkenden Designer«¹⁵.

Die nachfolgenden Prognosen unterschiedlicher (Design-)Theoretiker sollen aufzeigen, in welche Richtung sich das Designverständnis möglicherweise weiterentwickelt und einen Ausgangspunkt für die weitere Bearbeitung des Themas bieten:

»Ebenso wichtig wie Produktinnovationen werden künftig soziale Prozessinnovationen sein«¹⁶

Während heute Design in der allgemeinen Wahrnehmung noch stark an Objekte gebunden ist, weisen Begrifflichkeiten wie *Prozess-Gestaltung* oder *Service-Design* in eine Richtung, die das Designverständnis auf immaterielle Systeme und Prozesse ausweitet. In dem Artikel »In der Phase des Prä-Designs«, der 1998 in der *form* erschien, reist Gui Bonsiepe gedanklich ins Jahr 2050 und blickt von dort aus zurück auf die Designgeschichte ab der Jahrtausendwende. Mit einem Designverständnis als ein entwurfsorientiertes

¹⁴ vgl. Holston (2011), S. 1

¹⁵ In Anlehnung an den Buchtitel »Der denkende Designer« von Felicidad Romero-Tejedor

¹⁶ von Mutius (2010), bei etwa 04:33 min

Handeln schreibt er: »Es wurde erkannt und akzeptiert, daß [sic] Entwerfen ganz und gar nicht auf die herkömmlichen Bereiche beschränkt war, die das Wort Design in der Berufsbezeichnung führten.«¹⁷ Als »Rahmen« bezeichnet der Theoretiker Wolfgang Welsch das gestaltbare Immaterielle: »Die Aufgabe des Designs verlagert sich heute zunehmend von der Objektgestaltung (worauf sich die Moderne konzentriert hatte) zur Rahmengestaltung.«¹⁸ Sehr deutlich für eine stärkere Fokussierung des Designs auf Immaterielles spricht sich der Sozialwissenschaftler Bernhard von Mutius in einem Interview über Gestaltung aus: »Ich plädiere dafür, dass wir grundsätzlich der Gestaltung immaterieller Prozesse zumindest die gleiche Aufmerksamkeit widmen wie der Formgebung materieller Objekte.«¹⁹

¹⁷ Bonsiepe (1998), S. 25

¹⁸ Welsch (2010), S. 218

¹⁹ von Mutius (2004a), S. 270

»Designer ändern ihre Wertigkeit, indem sie als disziplinierte Business-Partner und nicht als »mysteriöse Kreative« wahrgenommen werden.«²⁰

²⁰ übersetzt nach Holston (2011), S. 38

Die Wahrnehmung von Designern ändert sich allmählich von einem *Dienstleister*, der am Ende eines strategischen Prozesses hinzu geholt wird, zu einem *Strategen*, der einen Prozess beratend begleitet. In ihrem gemeinsamen Buch »*Erfolgreich als Designer – Designzukunft denken und gestalten*« schreiben Joachim Kobuss und Michael B. Hardt den beratenden und planenden Tätigkeiten eine weit wichtigere Rolle zu als den ausführenden. Jedoch sei »die Funktion als Berater und Planer [...] bei Designern in der Regel noch viel zu selten im eigenen Bewusstsein verankert.«²¹ Es ist anzunehmen, dass durch ein zunehmend methodisches und prozessorientiertes Vorgehen von Designern und der Popularität des Design Thinking die öffentliche Wahrnehmung der Designer auch als Berater und Planer zunehmen wird.

²¹ Hardt, Kobuss (2012), S. 202

»Die herkömmliche Disziplinaufteilung des Designs kann nicht mehr lange überleben.«²²

²² Erlhoff (1998), S. 30

Bereits heute zu erkennen ist ein Verschmelzen der klassischen Disziplingrenzen zwischen Kommunikationsdesign und

Produktdesign bei der Interface-Gestaltung technischer Geräte oder auch der Grenzen zwischen Kommunikationsdesign und Innenarchitektur bei medial aufwändigen Ausstellungskonzepten. Michael Erlhoff meint weiter, dass die »aus einst ersehnter Disziplinarität abgeleiteten Aufteilungen des Designs aufgelöst werden müssen. All jene heute noch wuchernden Disziplinierungen des Designs [...] sind nämlich völlig praxisfern und dem Design wesensfremd.«²³ Inwiefern diese Forderung berechtigt ist, und ob sich die Grenzen zwischen den vielfältigen Disziplinen eines Tages wirklich komplett überholen werden, sei an dieser Stelle dahin gestellt. Interessanterweise jedoch weist diese These in die gedankliche Richtung einer designspezifischen Kompetenz, die über das jeweils gestaltete Medium hinweg die Disziplinen miteinander verbindet.

²³ ebd.

Bei allen drei Prognosen klingt die Annahme mit, dass es etwas designspezifisches gibt, das die Design-Tätigkeit auch jenseits von materiellen Objekten auszeichnet und die unterschiedlichen Designdisziplinen über das gestaltete Objekt hinaus verbindet.

2.1.3 DESIGNVERSTÄNDNIS DIESER ARBEIT

Design ist einerseits Produkt (Ergebnis des Entwerfens: *das Gestaltete*) und andererseits Prozess (Tätigkeit des Entwerfens: *die Gestaltung*). Die erste Begriffsauslegung fragt, *was* der Designer schafft, also beispielsweise Plakate, Schuhe, Möbel oder auch Serviceleistungen. Die zweite dagegen richtet die Frage auf das *Wie*. Hier spielen Fragen nach der Denkweise, nach Methoden und nach Prozessphasen eine wesentliche Rolle. Die zweite Fragestellung ist für diese Arbeit von größerer Relevanz, weil es darum geht, zu prüfen, ob und wie es möglich ist, Wissen aus dem Gestaltungsprozess auf andere Bereiche zu übertragen. Die intensivere Auseinandersetzung mit der Frage, wie der Designer arbeitet, bietet

die Möglichkeit, das Tätigkeitsfeld von Designern auszuweiten. So prognostiziert der Design(berat)er und Professor Michael B. Hardt: »Der Designer des 20. Jahrhunderts war Hersteller von Gestaltetem, der des 21. Jahrhunderts wird der Initiator von Gestaltung. Statt Produkte entwickelt er zukünftig Prozesse.«²⁴ Er sieht damit einhergehend auch einen Paradigmenwechsel in der Wahrnehmung des Berufsbilds von Designern: »Der Designer der Vergangenheit war Auftragnehmer, in Zukunft wird er Ideengeber. Der bisherige Auftraggeber wird Ideennehmer. Der Designer arbeitet dann proaktiv und verkauft seine Ideen, statt wie bisher die Ideen der Auftraggeber in Form zu bringen. Designer tun sich seltsamerweise noch schwer damit, diese neue Rolle zu erkennen und zu begreifen. Noch immer suchen sie Auftraggeber statt sich als Ideengeber zu profilieren.«²⁵

²⁴ Michael B. Hardt, in einer Mail an den Autor vom 1.12.2012

²⁵ ebd.

»Über Gestalt und Gestaltung neu nachzudenken bedeutet, alte und neue Sichtweisen zusammenzuführen und dabei von der Anschauung konkreter, materieller Objekte auf die Ebene der Betrachtung immaterieller Prozesse zu wechseln und künftig nicht mehr von konkreten Einzeldingen, sondern von abstrakten Relationen auszugehen.«

Friedrich August von Hayek. Sozialphilosoph [Zitat 03]

Als Ausgangspunkt einer erweiterten Designdefinition dient die unter 2.1.1 genannte Definition von Herbert Simon, in welcher Design als Maßnahmen bezeichnet wird, »die darauf abzielen, bestehende in bevorzugte Situationen zu verändern«²⁶, da diese Definition wesentliche Aspekte enthält. Zum einen beschreibt Simon Design damit als einen immer auf die Zukunft ausgerichteten und diese verändernden Prozess. Zum anderen ist die Definition nicht dadurch eingeschränkt, dass sie nur objektbezogen auf ästhetische

²⁶ Übersetzt von Hardt, Kobuss (2012), S. 25

oder funktionale Eigenschaften, sondern stattdessen rein auf das Optimierende abzielt.

Zwar kann ein Arzt eine klaffende Wunde in die zu bevorzugende Situation einer verheilenden Wunde verändern, doch gibt es berechtigte Zweifel daran, ob es sich hierbei um eine Design-Tätigkeit handelt. Daher soll Simons sehr weites Designverständnis hier noch ergänzt werden und auf das Designspezifische fokussiert werden, das alle Designdisziplinen *verbindet*, sie aber gleichzeitig von anderen Handlungsvorgängen *unterscheidet*.

Hier kann zunächst an der Prozesshaftigkeit von Simons Definition angeknüpft werden. Zwar entwerfen beispielsweise Modedesigner Kleidungsstücke, Schmuckdesigner Schmuckstücke und Interaktions-Designer Interfaces. Doch wendet man den Blick vom Produkt auf den zugrundeliegenden Gestaltungsprozess, so wird deutlich, dass sich die Entwurfsprozesse in der Regel sehr ähneln und sich gleichzeitig von eben jenem des operierenden Arztes unterscheiden.

»Nevertheless, the basic steps involved in any design project, whether it involves communications, architectural design, engineering, product design or software, are, in fact, generally definable and repeatable. Any design process inevitably requires information gathering, concept development, design development, production, implementation and analysis. Variation is possible within this structure, to be sure, but the process remains notably consistent.«²⁷

²⁷ Holston (2011), S. 41

Neben dem für das Design charakteristischen *Prozess*, gibt es auch Hinweise darauf, dass es besondere *Befähigungen* gibt, die als designspezifisch benannt werden können. So wird Designern neben formal-ästhetischen Fähigkeiten, wie ein ausgeprägtes Gespür für Farbe, Form und Material, auch oft zugeschrieben, Probleme auf kreative Art lösen, sowie ganzheitlich und in nicht ausgetretenen Pfaden denken zu können. Auch wird ihnen zugetraut, komplexe

2.2 POLITIK

Sachverhalte sichtbar und verständlich zu machen, sich durch Empathie in andere Menschen versetzen zu können, frühzeitig Trends zu erkennen und weitsichtig zu handeln. Bei vielen dieser Fähigkeiten handelt es sich um implizites Wissen, das an dieser Stelle nur kurz angerissen werden soll und unter 4.1 genauere Betrachtung findet. Implizites Wissen bezeichnet Wissen über komplexe Handlungsabläufe und Tätigkeiten, das zwar in der Anwendung genutzt wird, dabei aber von den Wissensträgern kaum in Worten beschrieben werden kann. Ein klassisches Beispiel für dieses, auch »Stilles Wissen« genannte, Phänomen ist das Autofahren. So kann ein geübter Autofahrer komplexe Verkehrssituationen ohne Probleme meistern, hat aber Schwierigkeiten, den genauen Ablauf der einzelnen ausgeführten Handlungen zu beschreiben.

Diese nicht greifbaren Faktoren sind schwer zu benennen, erschweren die Definition eines treffenden Designbegriffs und sind der Grund dafür, dass es Designern oft schwer fällt, zu kommunizieren, was sie eigentlich können. Da diese Fähigkeiten jedoch wesentlich für das Design zu sein scheinen, sollten sie bei einer Definition Berücksichtigung finden.

Es wird also Herbert Simons Definition: »**Design bezeichnet Maßnahmen, die darauf abzielen, bestehende in bevorzugte Situationen zu verändern**« um den designspezifischen *Prozess* und designspezifische *Fähigkeiten* erweitert, wodurch sich folgende Designauffassung ergibt, die dieser Arbeit zugrunde liegt:

Design bezeichnet prozessbasierte Maßnahmen, die darauf abzielen, unter Rückgriff auf designspezifisches Wissen, bestehende in bevorzugte Situationen zu verändern.

Im vierten Kapitel wird detaillierter der Frage nach diesen designspezifischen Fähigkeiten nachgegangen, der Versuch einer Annäherung an das Designwissen unternommen und geprüft, was für Problemstellungen sich möglicherweise daraus ergeben, dass es sich dabei um implizites Wissen handelt.

Ähnlich dem Begriff »Design« ist auch »Politik« ein Wort, das uns im deutschen Sprachgebrauch häufig begegnet. Beim morgendlichen Blick in die Zeitung oder auf Spiegel-Online, am Arbeitsplatz oder auch am berüchtigten Stammtisch wird lebhaft über Politik berichtet und diskutiert. Doch kommt man schnell ins Grübeln, sobald man den Begriff genau definieren soll. Was ist Politik? Wer gehört dazu? Wo sind ihre Grenzen? Politik in einem Satz umfassend auf den Punkt zu bringen, fällt unerwartet schwer.

2.2.1 POLITIKVERSTÄNDNIS DIESER ARBEIT

Obleich sich die Politik als wesentlicher gesellschaftlicher Bereich schon weit früher als das Design herausgebildet hat, entzieht sich auch dieser Begriff »einer einheitlichen und endgültigen Definition«²⁸. Es gibt auch hier »vielfältige politisch-theoretische Definitionen, [...] die je bestimmte Einzelaspekte und Sachverhalte hervorheben.«²⁹ Die verschiedenen Definitionen richten den Fokus auf unterschiedliche Schwerpunkte, wie »Führung«, »Konsens«, »Frieden« oder »Konflikt« und haben teils deutlich ideologische Prägungen.

Im Zentrum dieser Arbeit steht aber nicht die philosophische Auseinandersetzung mit dem Politik-Begriff, sondern ein auf die Praxis ausgerichteter Ansatz. Da, wie in der Zieldefinition formuliert, das Ziel dieser Abhandlung eine mögliche Optimierung der politischen Prozesse anstrebt, liegt dem Politik-Verständnis hier die institutionelle, aktiv handelnde Politik zugrunde. Dieses Politikverständnis deckt sich auch mit der allgemein gebräuchlichen Verwendung des Begriffs als aktives »Handeln, das auf die Herstellung und Durchsetzung allgemein verbindlicher Regeln und Entscheidungen abzielt.«³⁰ Unter politische Institutionen fallen bei-

²⁸ Blum, Schubert (2011), S. 14

²⁹ ebd.

³⁰ ebd.

spielsweise das Parlament, das Amt des Bundeskanzlers oder auch das Bundesverfassungsgericht und bezeichnen »Regelsysteme der Herstellung und Durchführung allgemeinverbindlicher Entscheidungen oder zumindest Entscheidungsgrundlagen.«³¹ In dieser Arbeit wird der Fokus insbesondere auf die politischen Instanzen und Prozesse auf deutscher Bundesebene gelegt. Dies dient dazu, konkrete Institutionen und Abläufe beschreiben zu können, die aber charakteristisch für das demokratische System sind und sich damit auf politische Prozesse innerhalb demokratischer Strukturen im Allgemeinen übertragen lassen.

In der Politikwissenschaft wird, mit dem Ziel der schärferen Differenzierung des Politik-Begriffs, zwischen *policy*, *politics* und *polity* unterschieden. *Policy* bezeichnet den inhaltlichen Aspekt der Politik. Darunter fallen die »materiell-inhaltlichen Fragen und Probleme, auf die mit politischen Programmen und Maßnahmen reagiert wird, aber auch die Resultate der politischen Aktivitäten in den jeweiligen Politikfeldern.«³²

Der Begriff *politics* meint die Prozesse, die in der Politik ablaufen, beispielsweise in der Willensbildung oder der Interessenvermittlung. Unter diesen Begriff fallen vor allem Bereiche, »in denen allgemein verbindliche Entscheidungen herausgebildet, beschlossen und schließlich umgesetzt werden.«³³

Polity bezeichnet politische Strukturen und Institutionen. Diese bilden die Rahmenbedingungen der Politik und schließen beispielsweise das Parteiensystem, das Grundgesetz oder auch die politische Kultur eines Landes mit ein.³⁴

Die in dieser Arbeit als Ziel gesetzte Untersuchung lässt nicht die Beschränkung auf einen dieser drei Politikbereiche zu. Zwar stehen die politischen Prozesse und damit die *politics* im Fokus dieser Abhandlung, jedoch können diese nicht separat betrachtet werden. So sind für einen gesellschaftlichen Nutzen die Inhalte, also das *Was?* von entscheidender Bedeutung und auch die Strukturen sind von zentraler Wichtigkeit, da sie den Rahmen für die Politik bilden.

2.2.2 DIE POLITIKFELDDANALYSE

Befasst man sich mit der Untersuchung konkreter politischer Prozesse mit dem Ziel einer politikberatenden Anwendung des gewonnenen Wissens, so ist man nahe an der Politikfeldanalyse. Diese eigene wissenschaftliche Disziplin, auch *Policy-Forschung* genannt, unterscheidet sich von der klassischen Politikwissenschaft.

Die auf eine längere Geschichte zurückblickende Politikwissenschaft ist »in erster Linie auf institutionelle und ideelle Bedingungen politischer Ordnungen (*polity*) [und] auf politische Konflikt- und Konsensprozesse (*politics*) fokussiert«³⁵ und vernachlässigt das konkrete Handeln von Regierungen. Die relativ junge Disziplin der *Policy-Forschung* entstand in den USA in den frühen 1950er Jahren, fasste aber erst Mitte der 1980er Jahre auch in Deutschland Fuß.³⁶ Sie analysiert die Art, wie konkrete Politik gemacht wird (»*Policy-making*«) mit dem Ziel, es nicht bei einer wissenschaftlichen Untersuchung zu belassen, sondern das gewonnene Wissen wiederum nutzbringend in die Politik einzubringen, also »explizit normative Vorgaben für eine »bessere Politik« [zu] treffen und der politischen Praxis beratend zur Seite [zu] stehen.«³⁷ Dadurch schafft sie eine Verbindung von Theorie und Praxis und weist eine Parallele zum Design auf nach der Aussage, die Wolfgang Jean Stock in Otl Aichers Buch »*die welt als entwurf*« trifft: »Design heißt, Denken und Machen aufeinander zu beziehen«³⁸.

Somit verfolgt die Politikfeldanalyse sehr ähnliche Ziele, wie auch diese Arbeit, mit dem wesentlichen Unterschied, dass sie eine »Wissenschaft von der Politik für die Politik«³⁹ ist und es hier das Ziel ist, Wissen aus der Design-Disziplin auf die Politik zu übertragen, um dadurch Erkenntnisgewinn zu erzielen, aus dem sich Handlungsperspektiven ableiten lassen.

DESIGN TURN An dieser Stelle soll ein kurzer Exkurs zu Wolfgang Schäffners Theorie des *Design Turn* gemacht werden. In seinem Text »*The Design Turn. Eine wissenschaftliche Revolution im Geiste der Gestaltung*« sieht er eine sich in unterschiedlichen

³¹ Gerhard Göhler, zitiert nach Blum, Schubert (2011), S. 70

³² Blum, Schubert (2011), S. 14

³³ a. a. O., S. 15

³⁴ vgl. ebd.

³⁵ Blum, Schubert (2011), S. 15

³⁶ vgl. a. a. O., S. 17

³⁷ a. a. O., S. 18. Die Autoren definieren hier nicht näher, was sie unter »besserer Politik« verstehen. Eine Betrachtung wird unter 2.3.3 vorgenommen.

³⁸ Wolfgang Jean Stock, zitiert nach Mareis (2010a), S. 14

³⁹ Blum, Schubert (2011), S. 18

Disziplinen abzeichnende neue Art der Verbindung von Gestaltung und Wissen. Ein Wandel von der *Analyse* der bestehenden Welt hin zur *Synthese*, also zur Gestaltung von Neuem. Diese Wende zum »doing things« zeichnet sich in den Naturwissenschaften schon länger ab. So bildet die »Synthese der chemischen Verbindungen [...] vor allem seit dem 19. Jahrhundert ein grundlegendes Verfahren in der Chemie. Doch das, was tatsächlich neu ist und was als eine wissenschaftliche Revolution betrachtet werden kann, ist die allgemeine Wende der Analyse der natürlichen Welt zur Synthese, zur Gestaltung«⁴⁰ Diese Entwicklung beschränkt sich nicht auf die Naturwissenschaften, sondern beeinflusst die gesamte Wissenschaft. »Auch die Human- und Geisteswissenschaften, die sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend verändert haben, erhalten in diesem Zusammenhang eine neue Bedeutung.«⁴¹

⁴⁰ Schöffner (2010), S. 33

⁴¹ a. a. O., S. 37

Bei der Betrachtung der Policy-Forschung wird ein Bezug zu dieser Theorie des Design Turn deutlich. Die Entwicklung dieser Wissenschaftsdisziplin aus der klassischen Politikwissenschaft kann betrachtet werden als ein Beispiel für den Design Turn und den damit einhergehenden Wandel von einer »historisch-analytische[n] und kritische[n] Disziplin« hin zu einem »entwurfs- und projektorientierten Arbeiten der Gestaltung, die sich auf die Zukunft richtet.«⁴²

⁴² ebd.

Diese *wissenschaftliche Revolution im Geiste der Gestaltung* hat aber, so Schöffner, auch Auswirkungen auf die bestehenden Gestaltungsdisziplinen. Die weitere Entwicklung im Sinne des von ihm beschriebenen Design Turn, würde der »Gestaltung eine zentrale Rolle verleihen«⁴³. Schöffner formuliert in seinem Text ein Programm, wie Gestalter diesen wissenschaftlichen Wandel unter-

⁴³ a. a. O., S. 40

stützen und die Gestaltung anderen Bereichen zugänglich machen können. Dieses Programm enthält unter anderem die Forderungen, die Gestaltung als integrativen Prozess zu konzipieren und sich dadurch nicht zu isolieren, sondern Gestaltung als elementares Verfahren für jede Wissensproduktion zu etablieren. Sowie die Entwicklung von einem kreativen Prozess, der in einer Black Box stattfindet hin zu einem offenen, nachvollziehbaren Prozess. Dazu schlägt er ein Annähern und Erfassen der unbewusst und nicht explizit angewandter Gestaltungsstrategien vor.⁴⁴

⁴⁴ vgl. ebd.

Diese Forderungen können auch als unterstützend für das Ziel dieser Arbeit, einer Öffnung der handelnden Politik hin zum Design, gesehen werden.

2.2.3 POLITISCHE HERAUSFORDERUNGEN

Dass die Politik die Augen nicht mehr lange schließen kann vor äußerst großen Herausforderung wie Ressourcenknappheit, Auswirkungen des Klimawandels oder dem demografischen Wandel und darauf inhaltliche Lösungen entwickeln muss, ist abzusehen. Da in dieser Arbeit aber vor allem das *Wie?* der Politik von morgen im Mittelpunkt steht, stellt sich die relevante Frage, welche veränderten Anforderungen an politische Prozesse und Strukturen die Entwicklung unserer Gesellschaft nach sich zieht. Wie über alle zukünftigen Entwicklungen, kann man auch hier nur vage Prognosen vornehmen. Dennoch gibt es Zukunftsforscher, Experten und andere Theoretiker, die aufgrund *heutiger* Entwicklungen versuchen, daraus Schlüsse für *morgen* zu ziehen. Einige Schlüsselbegriffe dieser Positionen aus dem Feld der Politik sollen nachfolgend in knapper Form dargestellt werden.

TRANSPARENZ Die Bürger fordern mehr Einblick in politische Prozesse wie beispielsweise Gesetzgebungsverfahren oder öffentliche Ausschreibungen. Hamburg reagierte darauf zum

»Die Philosophen haben die Welt verschieden interpretiert, es kommt aber darauf an, sie zu verändern.«
Karl Marx. Philosoph [Zitat 04]

Beispiel mit dem am 6. Oktober 2012 eingeführten Transparenzgesetz, nach dem Bürgern der Zugang zu vielen Informationen ermöglicht wird. Obama erkannte diesen Wunsch ebenfalls und sagte 2009: »My administration is committed to creating an unprecedented level of openness in government.«⁴⁵

⁴⁵ Barack Obama, zitiert nach Theimer (2010)

Die Forderung von vielen Bürgern nach mehr Transparenz beschäftigt Wirtschaft wie Politik und hat in beiden Bereichen bereits »Opfer« gefordert. Durch das Internet wird die Transparenz gefördert und brachte den damaligen Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg zu Fall, nachdem in einem nie zuvor da gewesenen Vorgang, eine Vielzahl an Bürgern die Dissertation des Politikers auf Plagiatsstellen hin untersuchte.

GRENZÜBERSCHREITENDES DENKEN Für bevorstehende Aufgaben wird ein Denken erforderlich sein, das bisher häufig vorhandene Ressortgrenzen, Parteigrenzen und auch Staatsgrenzen überschreitet.

In Beziehungen denken wird als wichtig erkannt, um komplexe Sachverhalte umfassend zu erkennen. Eine Krise in der Wirtschaft kann beispielsweise nicht getrennt von Gesellschaft oder Ökologie betrachtet werden. So bremst fehlender Austausch zwischen den unterschiedlichen Ressorts häufig eine umfassende Lösungsfindung. Jüngst erkannten dies auch Außenminister Guido Westerwelle, Entwicklungsminister Dirk Niebel und Verteidigungsminister Thomas de Maizière als sie »ressortübergreifende Leitlinien« für eine »kohärente Politik der Bundesregierung gegenüber fragilen Staaten« präsentierten.⁴⁶

⁴⁶ vgl. Brössler (2012)

Dass dies auch über die Parteigrenzen hinaus gilt, machte der frühere Umweltminister Norbert Röttgen geltend: Das Lagerdenken alten Stils sei vorbei, bei dem Vorschläge anderer Parteien von vorne herein abgeblockt werden. Es passe nicht mehr in eine dynamische Zeit, die kreative Antworten erfordere.⁴⁷ Die klassischen Lager-Grenzen können nicht mehr aufrecht erhalten werden, wodurch es zu Nachrichten-Schlagzeilen kommen kann wie »Sahra Wagenknechts erzliberales Manifest«⁴⁸.

⁴⁷ vgl. n-tv (2012)

⁴⁸ Rickens (2012)

Auch bringt eine globalisierte und vernetzte Welt mit sich, dass die Auswirkungen des Handelns eines Staates auf andere Staaten berücksichtigt werden müssen. So können Produktionsbedingungen in Ländern, die für die westliche Welt Konsumgüter herstellen, nicht als deren Angelegenheit abgetan werden und Entwicklungsländer können nicht mit den Auswirkungen des, zu großen Teilen von den Industrienationen verursachten, Klimawandels allein gelassen werden.

PARTIZIPATION Viele Bürger sehnen sich nach mehr Teilhabe an der Politik und stehen der Demokratie sowie den sie vertretenden Politikern skeptisch gegenüber.⁴⁹

In einer öffentlichen Anhörung vor der Enquete-Kommission »Internet und digitalisierte Gesellschaft« war am 5. Juli 2010 Peter Kruse als Sachverständiger geladen, um darüber zu sprechen, wie der technologische Fortschritt die Gesellschaft verändert und wie sich dies auf die Politik auswirkt. Er sieht es als eine Aufgabe der Politik, ihre Haltung zur Macht zu ändern und Mittel zu finden, aus den dynamischen Strukturen, die das Internet bietet, einen Nutzen zu ziehen.

»Ich kann relativ sicher vorhersagen, dass wir eine Repolitisierung der Gesellschaft bekommen, aber nicht bezogen auf die klassische, institutionelle Politik, sondern bezogen auf die Selbstwahrnehmung einer Gesellschaft und auf die Bereitschaft, sich dann mehr einzubringen. Und wenn die Politik keine Antwort gibt auf diese Form der Involvierung, dann bekommen wir ein Riesenproblem. Wenn da permanent ein Netz ist das wirkt wie ein Versprechen auf Beteiligung und wenn ich dann nicht beteilige, dann erzeuge ich Frust. Und zwar nicht Frust bezogen auf Politik, sondern Frust bezogen auf Politiker.«⁵⁰

⁴⁹ vgl. Achermann et al. (2012)
»Participation. The Spectator Democracy«

⁵⁰ Kruse (2010) bei 7:31 min.

EMPATHIE Ein weiteres an Bedeutung gewinnendes Kriterium des erfolgreichen Politikers sieht Peter Kruse in der Empathie. Das Internet biete die Möglichkeit, Stimmungen und für

die Bürger relevante Themen zu erkennen und darauf reagieren zu können: »Ich glaube einfach, dass eine Basiskompetenz, die wir in Zukunft brauchen, ob es wirtschaftlich oder eben auch politisch ist, ist Empathie. Ein möglichst hohes Einfühlungsvermögen in die Dynamik dieser Systeme erlaubt mir ein rechtzeitiges reagieren.«⁵¹

⁵¹ a. a. O., bei 5:08 min.

Die Politiker sollten in Zukunft mehr als bisher versuchen, die Bürger zu verstehen, ihre Wünsche und Begehren zu erkennen und ernst zu nehmen. Michael Erlhoff entgegnet auf die Frage, wo er den größten Änderungsbedarf im politischen Denken und Handeln sehe: »Zu verstehen, was die Menschen erfahren und wie sie das verarbeiten.«⁵²

⁵² Michael Erlhoff, in einer Mail an den Autor vom 15.10.2012

2.3 DESIGN UND POLITIK IN BEZIEHUNG

Die Untersuchung von zwei gesellschaftlichen Bereichen auf Beziehungen hin, legt einen kurzen Ausflug in die Systemtheorie nahe. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, sind sowohl Politik als auch Design gesellschaftliche Bereiche, die auf jeweils andere Bereiche der Gesellschaft einwirken und diese beeinflussen. Kein Politiker in Deutschland kann sich dem Design entziehen – kein Designer kann sich der Politik entziehen. Derartige Einfluss-Konstellationen gibt es auch zwischen anderen gesellschaftlichen Bereichen. So nimmt beispielsweise auch das Rechts-System oder das Wirtschaftssystem Einfluss auf jeweils andere Systeme. Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann bezeichnet diese Art gesellschaftlicher Bereiche als Funktionssysteme. Nach Luhmann bilden sie sich innerhalb des Systems *Gesellschaft* durch funktionale Differenzierung heraus und übernehmen spezifische Funktionen innerhalb der Gesellschaft. Danach wären *Politik* und *Design* neben anderen Bereichen wie zum Beispiel *Recht*, *Wissenschaft* und *Wirtschaft* zwei Funktionssysteme innerhalb unserer Gesellschaft. Diese ausdifferenzierten Teilsysteme stehen untereinander in Beziehungen, die Luhmann als strukturelle Kopplung beschreibt.⁵³

⁵³ vgl. Burkhart, Runkel (2005), S. 7

So ist das politische System beispielsweise durch die Hochschulgesetzgebung strukturell an das Wissenschaftssystem gebunden.⁵⁴

⁵⁴ vgl. a. a. O., S. 8

Dirk Baecker, ein Schüler Luhmanns und ebenfalls Systemtheoretiker, spricht von der »Nächsten Gesellschaft«, eine »sich abzeichnende neue Gesellschaft, die jenseits hierarchischer oder funktionaler Ordnungsprinzipien aufgebaut ist, da sie sich zunehmend durch Netzwerke leiten lässt.«⁵⁵ Ein Merkmal der nächsten Gesellschaft sei, dass die Grenzen gesellschaftlicher Teilbereiche verschwimmen. Vorab mehr oder weniger isolierte Bereiche würden mit einem Netzwerk überzogen werden.⁵⁶ Auf die durch Netzwerke geprägte Gesellschaft wird in 5.2 nochmals spezifisch eingegangen.

⁵⁵ Häußling (2010), S. 139

⁵⁶ vgl. a. a. O., S. 139 f.

2.3.1 DESIGN UND DIE POLITIK

Die institutionelle Politik nutzt Design auf verschiedene Weise. Zu unterscheiden ist hier zwischen dem Einsatz von Design zu praktischem Nutzen und dem Einsatz aus parteipolitischen Gründen.

Die Politik nutzt Gestaltung in alltäglichen Anwendungen mit einer politisch-praktischen Funktion. Übersichtlich und verständlich gestaltete Formulare erleichtern dem Bürger bürokratische Arbeit; politische Aufklärungsbroschüren vermitteln Wissen effektiver, wenn es in verständliche und strukturierte visuelle Form gebracht ist; und das Leitsystem in einer fremden Stadt hilft, wenn es an der richtigen Stelle den richtigen Weg zeigt. Diese Beispiele entstammen unterschiedlichen Teilbereichen der visuellen Kommunikation, aber auch Produktdesigner, die beispielsweise Parkautomaten gestalten oder die gestalterische Tätigkeiten von Städteplanern oder Architekten öffentlicher Gebäude wären hier zu nennen.

Ein anderer »Markt« für Designer im Bereich der Politik ist im Parteipolitischen zu finden. Hier geht es nicht um eine Gestaltung zum Nutzen der Bürger, sondern um die Interessen der politischen Parteien, Wählerstimmen und damit Macht zu gewinnen.

In den letzten fünfzig Jahren hat die Politik immer mehr die klassischen Mittel des Produktmarketing für sich entdeckt. Dies geht inzwischen weit über ein einheitliches Erscheinungsbild oder über die Wahlplakate und Wahlwerbesspots kurz vor einer politischen Wahl hinaus.

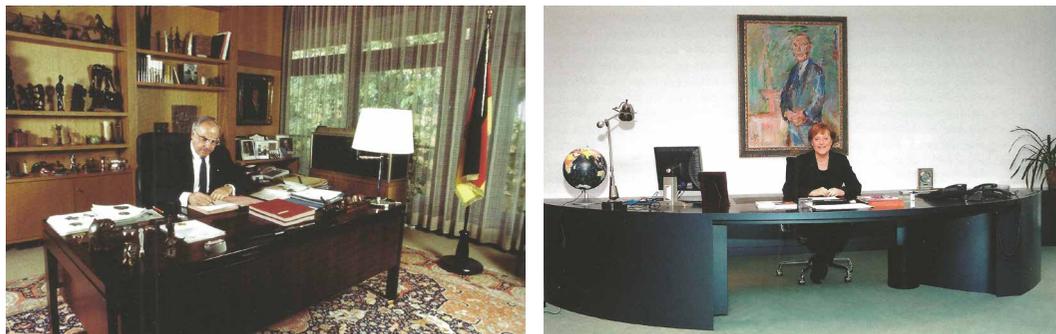
Gekonnte Inszenierung ist inzwischen zu einem starken Erfolgsfaktor des Politikers geworden. Überspitzt schreibt Mateo Kries, dass Angela Merkel »überhaupt erst an die Macht kommen [konnte], weil ihr ein komplettes Redesign verordnet wurde«⁵⁷ Um ein bestimmtes Bild eines Politikers zu vermitteln, wird Gestaltung aller Disziplinen eingesetzt. Hosenanzüge in verschiedenen Farben sind stilbildend für Angela Merkel und gehören inzwischen zu ihrem »Corporate Design«. Auch durch die Einrichtung des Arbeitszimmers lässt sich eine deutliche Aussage kommunizieren. Während Helmut Kohls Arbeitszimmer sehr bieder und bürgerlich wirkt (»Einzig die jetzt zum ersten Mal neben dem Kanzler aufgestellte Nationalflagge deutet an, dass es sich hier um die Schaltzentrale der deutschen Exekutive handelt«⁵⁸), sitzt Angela Merkel an einem mächtigen Schreibtisch, der neben Autorität auch einen modernen Zeitgeist kommuniziert (Abb. 02 und Abb. 03).

⁵⁷ Kries (2010)

⁵⁸ Padberg (2010), S. 108

Abb. 02 | Abb. 03

Viele Politiker nutzen für ihre Inszenierung auch Einrichtungsstücke, die eine gewünschte Botschaft kommunizieren.



Auf der anderen Seite haben Designer ihr Können schon früh dazu eingesetzt, die politische Landschaft zu beeinflussen, Parteien oder Gesetzentwürfe zu kritisieren, auch *ohne* als Dienstleister für eine bestimmte Partei zu arbeiten. So nutzt der Plakatgestalter Klaus Staeck das Medium Plakat beispielsweise nicht nur, um allgemein gesellschaftliche Missstände anzuprangern, sondern auch dazu, direkt politische Parteien zu kritisieren (Abb. 04).

Bei der einführenden Begriffsdefinition von *Design* wurden Beispiele wie »Wurst-Design« verwendet, um die Überstrapazierung des Designbegriffs im Sinne eines Aufhübschens zu verdeutlichen. Ähnlich tut dies auch Gert Selle in seinem Buch »Geschichte des Designs in Deutschland«, indem er die Verwendung des Begriffs in den Kombinationen *Hair-Design* oder *Politik-Design* beklagt.⁵⁹ Dabei zielt er aber auf das äußere Styling der Politik und ihrer Akteure und nicht auf die eigentliche Funktion der Politik. Es ist bewusst das Ziel dieser Arbeit, *jenseits* des kosmetischen Stylings der politischen Parteien oder Akteure, den Blick auf die problemlösende Funktion der Politik zu richten und nach Möglichkeiten zu suchen, hierauf das Wissen und die Fähigkeiten von Designern zu übertragen.



Abb. 04
Ein Plakat von Klaus Staeck, in dem direkt die FDP kritisiert wird

⁵⁹ vgl. Selle (2007), S. 353

2.3.2 DESIGN UND DAS POLITISCHE

Neben den sehr an praktischen Anwendungen orientierten Beziehungen zwischen der institutionellen Politik und Design, ist Design im Kontext des Politischen ein *theoretischerer* Betrachtungsgegenstand. Das Politische beinhaltet ein allgemeines politisches Empfinden sowie den gesamten öffentlichen Raum und ist damit weiter gefasst als der zuvor definierte institutionelle Politik-Begriff. Der Unterscheidung zwischen *der Politik* und *dem Politischen* liegt die Diagnose zugrunde, dass das allgemeine Politikverständnis nicht »das ganze Politische« sein kann.⁶⁰

⁶⁰ vgl. Bedorf, Röttgers (2010), S. 3

Design kann nie für sich allein betrachtet werden, sondern spielt sich immer in einem politischen und gesellschaftlichen Kontext ab. Das politische System hat natürlich starken Einfluss auf die Tätigkeit von Designern. Die Tatsache, dass, wie Kalle Lasn, Gründer der werbekritischen Zeitschrift *Adbusters*, sagt, 90 Prozent der Designer ihr Geld damit verdienen, »dass sie Design und Marketing für Produkt und Marketing-Kampagnen machen«⁶¹, ist un schwer auf das kapitalistische Wirtschaftssystem zurückzuführen. Weiterhin zeigt sich der politische und gesellschaftliche Rahmen auch in der Art der Gestaltung. So ließe sich beispielsweise eine Studie des Frauenbildes in der Gesellschaft anhand von Werbeplakaten der zurückliegenden fünfzig Jahren erstellen.

⁶¹ Lasn (2002), S. 49

»Also müssen wir Designer auch unsere Rolle als Auftragnehmer und somit unsere Rolle in der Gesellschaft überdenken und endlich Verantwortung übernehmen – wieso dann nicht auch als Politiker.«

Jürgen X. Albrecht, Kommunikationsdesigner und Dozent [Zitat 05]

Es ist aber nicht so, dass Design einseitig von der Gesellschaft und der Politik beeinflusst wird, sondern natürlich prägt das Design einer Zeit auch in hohem Maße die Gesellschaft.

Designer beeinflussen wesentlich das in einer Gesellschaft vorherrschende »Weltbild« und das Handeln von Menschen. Roger Häußling beschreibt diesen Sachverhalt folgendermaßen: »Design-Objekte sind nicht nur gestaltet, sie »wirken« auf ihr Umfeld auch gestaltend«⁶². Dadurch prägen sie beispielsweise maßgeblich das Schönheitsbild oder die Mode einer Zeit mit. Neben diesen meist kurzlebigen formal-ästhetischen Trends, können Designer aber auch tiefgreifendere gesellschaftliche Entwicklungen beeinflussen. Ein passendes Beispiel für einen gesellschaftlichen Image-Wandel erlebte die vormals ein Nischendasein führende Bio-Branche. Verschiedene Einflussfaktoren unterstützten diesen raschen Wandel,

⁶² Häußling (2010), S. 143

darunter vermutlich auch die BSE-Krise im Jahr 2001 und verschiedene politische Beschlüsse. Doch für den Image-Wandel im Kopf der Kunden innerhalb dieser kurzer Zeit trugen sicher maßgeblich von Gestaltern geschaffene Botschaften und im wahrsten Sinne des Wortes, anders verwendete *Images*, Bilder bei. So änderte sich das Bild der typischen Bio-Kunden in der öffentlichen Wahrnehmung vom langhaarigen Birkenstock-tragenden Kommunen-Bewohner hin zur jungen, gesundheitsbewussten Lifestyle-Frau. An diesem Beispiel wird auch deutlich, wie stark Bilder Menschen unbewusst beeinflussen und meinungsbildend wirken. Diese Tatsache führt auch dazu, dass Design von großen Konzernen zu Verhüllungsstrategien genutzt wird, indem ein schöner Schein erhalten wird, um hässliches zu verdecken. In drastischer Form benennt dies Yana Milev: »Corporate Designs verbergen biopolitische Doppelstrategien vor und hinter einem undurchsichtigen Brand Management. An dem einen Ende der Kette steht der Kunde in der urbanen Shoppingmall. Am anderen Ende der Kette stehen die Heere unterbezahlter, überarbeiteter Lohnarbeiter, die gut bezahlten Security-Services und Privat-Armeen, die noch besser bezahlten Geschäftspartner und Economic Hit Men.«⁶³ Dies ist nur *ein* Beispiel, das zeigt, wie tiefgreifend die gesellschaftliche, ökologische und politische Verantwortung von Designern ist. Der Designer kommt nicht umhin, sich seine Rolle in der Gesellschaft bewusst zu machen, Position zu beziehen und dann für das entsprechende Handeln auch die Verantwortung zu übernehmen.

⁶³ Milev (2011), S. 53

DER DESIGNER ALS POLITISCHER MENSCH Dass sich viele Designer eben dargestellter gesellschaftlicher Verantwortung bewusst sind, zeigt sich bei der Betrachtung der Geschichte des Designs über das Bauhaus und die Hochschule für Gestaltung in Ulm, in Schriften namhafter Gestalter und Designtheoretiker, oder auch in Artikeln aktueller Design-Blogs und Designzeitschriften. Immer wieder stößt man hierbei auf Auseinandersetzungen von Designern mit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und mit der Moral im Design.

»noch nie eine Berufs- und somit auch Denkgruppe erlebt zu haben, die so sehr an sich und ihrem Tun zweifelt, wie all jene Menschen, die im Design aktiv arbeiten und darüber nachdenken.«⁷³

⁷³ a. a. O., S. 45

Beide waren Teilnehmer beim »St. Moritz Design Summit« im Jahr 2001, einem »Gipfeltreffen« international renommierter Designpraktiker und -theoretiker. Auch hier war die Frage nach Ethik und Verantwortung im Design zentral und führte, wie Michael Erlhoff berichtet, zu schwierigen und hitzigen Diskussionen, in deren Verlauf der Kommunikationsdesigner Ruedi Baur fragte, ob denn »Designerinnen und Designer womöglich allein blinde Gehilfen des geschäftigen Lebens und somit Motoren banaler Profitgier seien.«⁷⁴ Schließlich fanden die Teilnehmer dieses Treffens aber zu einer einheitlichen Position, die sie schriftlich in eine »Erste Deklaration des St. Moritz Design Summit« fassten:

⁷⁴ Ruedi Baur, zitiert nach Erlhoff (2002), S. 44

»Als Designerinnen und Designer lehnen wir jegliche Globalisierungsstrategie ab, die soziale Differenzen und die empirische Qualität des Lebens ignoriert. Design ist zu lange und ohne kritischen Diskurs als Agent solcher Globalisierung aufgetreten. In transitorischen und unübersichtlichen Zeiten sehnen sich viele Menschen nach Führung, Antworten oder gar nach Rezepten. – Design bietet nichts dergleichen. Design formuliert vielmehr die Kompetenz, komplexe Prozesse zu erläutern, Widersprüche zu erörtern und isolierte Aspekte miteinander zu verknüpfen. Design muss modulare Systeme, transparente Strategien, offene Strukturen, intelligente Probleme und Interventionen entwickeln. Design wird Missverständnisse, Missbrauch und Fehler der Menschen als Quelle von Innovation und zur Verbesserung kultureller Vielfalt anerkennen. Als Designerinnen und Designer sowie als Design-Fachleute engagieren wir uns mit unseren Ideen, unseren Erfahrungen und unserer Leidenschaft dafür, dass die Menschen Selbstverantwortung und Selbstbewusstsein zurückgewinnen.«⁷⁵

⁷⁵ In: Erlhoff (2002), S. 47

Eine vergleichbare Stellungnahme gab es bereits 1964 in Form des Manifests »First Things First«, welches 1999 in aktualisierter Form und unter dem Namen »First Things First Manifesto 2000« erneut publiziert wurde und Debatten anregte.

Der bekannte deutsche Designer und Schriftentwerfer Erik Spiekermann gehörte zu den Unterzeichnern beider Dokumente. In seinem Beitrag »The Designer's Double Life« wirft er einen ernüchternden Blick auf die Rolle des Designers und »die Zwiespältigkeit [seiner] Arbeit«⁷⁶. Auch er habe das Manifest unterschrieben, weil er daran glaube, dass Designer ihre Fähigkeiten viel eher dafür einsetzen sollten, drängende Fragen zu lösen. Aber wovon sollten sie dann leben? Er schließt damit, dass auch er dafür zwar keine Lösung habe, aber immerhin seinen Mitarbeitern ein menschenwürdiges Umfeld bieten könne und gewisse Aufträge ablehnen würde.⁷⁷

⁷⁶ Spiekermann (2010)

⁷⁷ vgl. a. a. O.

The increasing number of manifestos could be seen as an evident consequence or answer to the call for responsibility that is involving the community.

Silvia Schiaulini, Designtheoretikerin [Zitat 06]

Die Thematik des Designers in der Rolle als Dienstleister für Unternehmen betreffend schreibt Otl Aicher: »sicher gibt es kein design ohne produzent. aber gerade dieser sollte ausgetauscht werden.«⁷⁸ Dem entgegen beklagt Spiekermann »Regierungen und Behörden sind die schlechtesten Auftraggeber, die man sich vorstellen kann. Sie unterschätzen und unterbewerten unsere Arbeit dauerhaft. [...] Außerhalb der kommerziellen Welt traut uns niemand einen wertvollen Beitrag zu.«⁷⁹

⁷⁸ Otl Aicher, in Conrads, Stromberg, Teut (1972), S. 12

⁷⁹ Spiekermann (2010)

Und der Forderung von Vilém Flusser »der Designer möge edel, hilfreich und gut sein«⁸⁰, setzt Spiekermann entgegen: »Wenn wir nur für Auftraggeber arbeiten würden, die edel, gut und hilfreich sind, hätte ich genau zwei Mitarbeiter und einen Hund«⁸¹.

⁸⁰ Flusser (1991), S. 221

⁸¹ Erik Spiekermann, zitiert nach Dohmann (2012), S. 28

Es ist festzustellen, dass der Designer in seiner Tätigkeit nicht umhin kommt, sich bewusst mit gesellschaftlichen Fragen auseinander zu setzen und Stellung zu beziehen. Michael Erlhoff sieht die Chance im Design, »inmitten all der realen und unweigerlichen Widersprüchlichkeit Kraft, Antizipation und damit Selbstbewusstsein zu gewinnen.«⁸² Möglicherweise ist es dadurch möglich, ein Bild des Designers zu etablieren jenseits des bloßen kosmetischen Aufhübschers, dem – um nochmals den Wortlaut Spiekermanns aufzugreifen – auch außerhalb der kommerziellen Welt ein wertvoller Beitrag zugetraut wird.

⁸² Erlhoff (2002), S. 45

Während sich die Ausführung in diesem gesamten Kapitel 2.3 auf den klassischen, produktbasierten Designbegriff bezieht, stellt sich nun die entscheidende Frage, wie der Designer in einem erweiterten Designverständnis mit dieser Situation umgehen kann und ob sich ihm hier die Möglichkeit eröffnet, künftig direkteren Einfluss auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen zu nehmen.

2.3.3 DAS »GUTE« IN DESIGN UND POLITIK

Nach einer Untersuchung aus dem Jahr 2001 der am häufigsten gebrauchten Wörter in der deutschen Sprache landet »gut« auf Platz 195.⁸³ Das Wort wird im allgemeinen Sprachgebrauch häufig als unscharfe Bezeichnung gebraucht, um ein positives Urteil auszudrücken. Es beschreibt aber zum einen als Gegenteil von *schlecht*, ein funktionales, qualitatives, zum anderen, als Gegenteil von *böse*, ein moralisches Attribut, und diese Bedeutungen müssen nicht immer zusammenfallen. So meint die Note »Sehr gut« unter einem Aufsatz nicht, dass die Arbeit moralisch besonders wertvoll ist und die Betitelung als »guter Mensch« in einer Grabrede zielt in aller Regel nicht auf die funktionalen Qualitäten des Verstorbenen.

⁸³ vgl. Wortschatz Uni Leipzig (2012)

Auch im Zusammenhang mit Politik und Design taucht der Begriff »gut« häufig auf. Verwendet man die bereits genannte »gute Form« als Grundlage für die Designdefinition von *gut*, so fallen moralische und funktionale Ansprüche zusammen. Im Sinne des Funktionalismus waren Kriterien wie Nützlichkeit, Sachlichkeit und Ergonomie bedeutsam. Gleichzeitig sah sich der Designer, wie bereits ausgeführt, auch in sozialer Verantwortung und gestaltete somit nach moralischen Wertvorstellungen. Der funktionalistisch geprägte Designer Dieter Rams verwendet das Wort »gut« in seinen Anfang der 1980er Jahre formulierten »Zehn Thesen für gutes Design« und nennt hier neben funktionalen Kriterien wie Verständlichkeit und Brauchbarkeit auch Kriterien aus dem moralischen Bereich wie Ehrlichkeit und Umweltfreundlichkeit.⁸⁴ Letztere Anforderung ist auf die langfristigen Auswirkungen von Designentscheidungen gerichtet. Somit ist die Designdefinition von *gut* eine umfassende, viele Aspekte mit einschließend. Gutes Design beansprucht sowohl funktionale, ästhetische als auch moralische Qualitäten, es erleichtert dem Nutzer das Leben, blickt aber auch in die Zukunft. Richtmaß ist dabei stets der Mensch und seine individuellen Bedürfnisse, was im User-Centered-Design-Prozess eine genaue Untersuchung dieser Bedürfnisse erfordert.

⁸⁴ vgl. Rams (2012)

Zur Bewertung der Politik ist es heute üblich, Zahlen des ökonomischen Wachstums als Grundlage zu verwenden. Diese Zahlen haben allerdings sehr einseitig nur die wirtschaftliche Ebene im Blick, drücken aber beispielsweise wenig über soziale oder nachhaltige Zustände aus. In einer *User-Centered Policy* würde beispielsweise eher das Wohlbefinden der Bürger Richtmaß für die Politik bieten. Dass dies nicht abwegig ist, zeigt Großbritannien, wo ein Glücksindex das Wohlbefinden der Menschen abbildet und als Bewertungsgrundlage der Politik dient. Dagegen kann der CSU-Politiker Georg Nüßlein dem menschlichen Glück wenig Nutzen abgewinnen: es könne »nicht darum gehen, das Bruttoinlandsprodukt (BIP) durch einen Glücksindikator zu ersetzen, der überhaupt keinen praktischen Nutzen für Politik und Gesellschaft haben kann.«⁸⁵

⁸⁵ Nüßlein (2012)

Dass die Qualität einer politischen Regierung nicht so einfach zu überprüfen ist, wie die Bewertung der wirtschaftlichen Zahlen nahelegt, sondern sehr vielschichtig und nicht objektiv bestimmbar ist, thematisiert auch der Planungstheoretiker Horst Rittel. So stellt er fest: »die Güte kann eingeschätzt und bestimmt, aber nicht ›objektiv‹ ermittelt werden, weil sie nicht ›an sich‹ existiert.«⁸⁶

⁸⁶ Rittel (1992), S. 93

»The care of human life and happiness, and not their destruction, is the first and only legitimate object of good government.«

Thomas Jefferson. Dritter Präsident der USA [Zitat 07]

Im Sinne des Designs lässt sich die Beurteilung von *guter Politik* nicht auf nur *eine* Bewertungsgrundlage beschränken, sondern es müssen verschiedene Ebenen wie soziales, nachhaltiges und wirtschaftliches Handeln berücksichtigt werden und in die Betrachtung einfließen. Im Mittelpunkt steht dabei immer das Wohlbefinden der Menschen heute und der Menschen künftiger Generationen. *Gute Politik* im Sinne des Designverständnisses zeichnet sich dadurch aus, dass sie nicht in abgegrenzten Territorien und Zeiträumen denkt, sondern übergreifende Zusammenhänge und Auswirkungen berücksichtigt.

In diesem Kapitel wurde eine breite Betrachtung der Bereiche Design und Politik vorgenommen und die Geschichte, aber auch Prognosen für die Zukunft betrachtet, es wurden Definitionen getroffen und die beiden Bereiche im Kontext zueinander dargestellt. Bei der Untersuchung des Designbegriffs wurde erörtert, dass das derzeit geläufige Verständnis, als rein kosmetisches Attribut der Design Tätigkeit nicht gerecht wird und dass Design im Sinne eines erweiterten Designbegriffs nicht an die objektbezogene Gestaltung gebunden ist, was nach sich zieht, dass es designspezifische Fähigkeiten geben muss, die über das formal-ästhetische hinausgehen.

Die Untersuchung konkreter politischer Prozesse impliziert die Betrachtung der handelnden institutionellen Politik. Die Politikfeldanalyse analysiert politische Strukturen und Prozesse mit dem Ziel, die Politik durch ihre Erkenntnisse zu beraten. Dadurch unterscheidet sie sich von der Politikwissenschaft und kann in Bezug zu Wolfgang Schäffners Theorie des Design Turn gesehen werden.

Es wurde gezeigt, dass die Auseinandersetzung von Designern mit ihrer gesellschaftlichen Rolle ein wiederkehrendes Motiv war und ist und dass sich viele Designer mit ihrer Verantwortung auseinandersetzen und politische Menschen sind. Jedoch werden Designer von der Politik oft als reine Aufhübscher und als »Leute, die dem hässlichen Gesicht des Kapitalismus ein Make-up verpassen«⁸⁷ gesehen. In der öffentlichen Wahrnehmung steht »ein erweitertes Designverständnis, in dem die Modi des Entwerfens, Planens, Gestaltens und Produzierens [...] als ernstzunehmende Kultur-, Wissens- und Kreativitätstechniken betrachtet werden, [...] vielfach noch aus.«⁸⁸

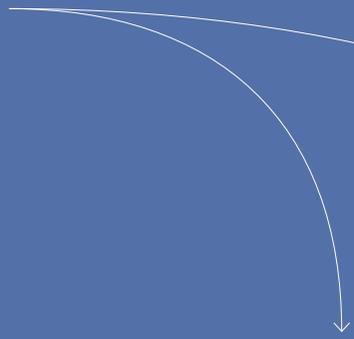
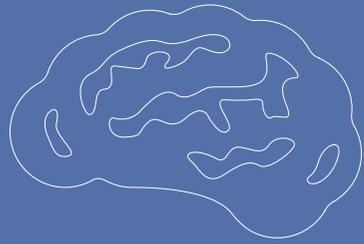
⁸⁷ Spiekermann (2010)

⁸⁸ Mareis (2010a), S. 13

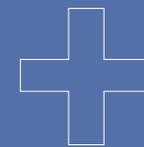
Gui Bonsiepe schreibt im Jahr 1970, dass die Versuche, durch Design gesellschaftliche Veränderungen herbeizuführen, ein ungeeignetes Mittel sei, denn »durch Objekte und Design revolutioniert man keine Gesellschaft.«⁸⁹ Ob aber ein vom Objekt losgelöster, erweiterter Designbegriff gesellschaftliche Prozesse mitgestalten kann, ist eine Frage, die Grundlage dieser Arbeit ist.

⁸⁹ Gui Bonsiepe, in Conrads, Stromberg, Teut (1972), S. 26

3. PROZESSE IN DESIGN UND POLITIK



IN DIESEM **DRITTEN KAPITEL** WIRD –
VERGLEICHBAR MIT DER **KONZEPTION**
IM DESIGN – EIN FOKUS GESETZT.
IN DIESEM FALL WERDEN DIE **PROZESSE**
IN DESIGN UND POLITIK NÄHER UNTER-
SUCHT UND MITEINANDER **VERGLICHEN.**



3.1 PROZESSE UND PROZESSPHASEN-MODELLE

Da der eine Veränderung anstrebende Prozess eine Schnittmenge von Design und Politik darstellt, soll in diesem Kapitel der Fokus auf eben diese Prozesse gerichtet werden.

Der Duden definiert einen Prozess als einen »sich über eine gewisse Zeit erstreckende[n] Vorgang, bei dem etwas (allmählich) entsteht, sich herausbildet«⁹⁰ und beschreibt damit eine zeitliche Ebene, gekoppelt mit einer dynamischen Veränderung. Der Begriff des *Prozesses* findet in vielen verschiedenen Kontexten und Wissenschaften Anwendung und sagt allein noch nichts über die Komplexität eines Hergangs aus. Das Gehen von Punkt A zum fünf Meter entfernten Punkt B ist beispielsweise ein sehr einfacher Prozess; jeder Schritt ist ein Prozessschritt in Richtung des Ziels. Bei komplexeren Prozessen sind dagegen häufig mehrere Akteure beteiligt, in verschiedenen Prozessphasen sind unterschiedliche Ressourcen, Fähigkeiten und Wissen vonnöten und einzelne Phasen sind von festen Bedingungen abhängig oder veranlassen diese.⁹¹

Derart komplexe Prozesse werden oft in Form von Modellen dargestellt. Dabei werden diese typischerweise in charakteristische Phasen aufgegliedert, welche dann dem Ablauf entsprechend auf einer Zeitachse angeordnet werden und den Ablauf so in vereinfachter Form abbilden. Dadurch werden komplexe Prozesse beispielsweise in Form eines Gantt-Diagramms für Beteiligte überschaubar und besser planbar sowie für Außenstehende eher nachvollziehbar.

Ein solches Modell hat nicht das Ziel, einen komplexen Prozess exakt abzubilden, sondern einen heuristischen Orientierungsrahmen zu bieten. Das bedeutet, es soll dazu dienen, durch Vereinfachung und Aufgliederung in klar getrennte Phasen, zielgerichtet Erkenntnisse über Prozesse zu gewinnen. Zwar können in der Praxis einzelne Phasen in anderer Reihenfolge auftreten, sich überlappen oder gar ganz wegfallen,⁹² doch hilft der heuristische Ansatz dabei, Prozesse zu ordnen, zu strukturieren, Komplexität zu reduzieren und sie dadurch überhaupt erst einer Untersu-

chung zugänglich zu machen.⁹³ Bei der Arbeit mit Modellen im Allgemeinen gilt es stets zu berücksichtigen, dass es sich dabei um reduzierte Abbildungen schwer zugänglicher Sachverhalte handelt. Sie machen dabei die Wirklichkeit nicht weniger komplex, sondern ermöglichen durch die vereinfachte Darstellung, dass ein grundsätzliches Verständnis erfolgt, das in der Realität dann wieder mit Komplexität aufgeladen werden kann.

⁹³ a. a. O., S. 134

⁹⁰ Duden (2012)

⁹¹ vgl. Herrmann (2012), S. 13

⁹² vgl. Blum, Schubert (2011), S. 104

» Die Kraft der Gestalter liegt im ständigen Fordern, im Optimismus und in der Geduld. Sie findet ihren Ausdruck im visualisierten Beispiel und kann damit einen hohen Beitrag zur Klärung und Lösung der Probleme leisten.«

Dieter Rams. Produktdesigner [Zitat 08]

Design- und Politikprozesse werden mitunter auch als *Problemlösungs*-Prozesse bezeichnet. Der Begriff des Problemlösens ist dabei differenziert zu betrachten. So ist nicht jedes Problem so eindeutig und klar lösbar wie beispielsweise eine mathematische Aufgabe. Im Diskurs befindet sich derzeit die Frage, ob es überhaupt für jedes Problem eine Lösung geben kann, oder nicht manche Probleme als schlicht *unlösbar* gelten müssen.

Beispiele aus dem Leben scheinen den Zweifel zu bestätigen. So entstanden aus der vermeintlichen Lösung des Energieproblems durch die Kernkraft nur neue, scheinbar unlösbare Probleme. Ob dies als Indiz dafür zu werten ist, dass das Energieproblem *prinzipiell* unlösbar ist, ist dabei aber kritisch zu sehen und kann zu gefährlicher Resignation führen. Vielmehr macht dieses Beispiel deutlich, dass potentielle Problemlösungen in einem umfassenden Kontext wahrgenommen, auf alle möglichen Wirkungen hin untersucht und eingeordnet werden müssen. Andernfalls führt es leicht zu einer reinen Verschiebung oder gar Verschlimmerung des Ausgangsproblems.

Der Soziologe Arno Bammé unterscheidet zwischen (leicht) lösbaren Alltagsproblemen, grundsätzlich unlösbaren, da gegen Naturgesetze verstoßenden Problemen, und *epochenbezogen nicht lösbaren* Problemen. Letztere seien innerhalb des eigenen Systems nicht lösbar: »So wie Politik, Wissenschaft und Ökonomie heute betrieben werden, sind drei grundsätzliche Probleme in dieser Zeit nicht lösbar: das Bevölkerungswachstum, der Klimawandel und das Finanzmarktdebakel [...] Wenn man heute über die heutige Zeit nachdenkt, dann ist man Betroffener und in diesem System gefangen.«⁹⁴ Aus dieser Systemimmanenz herauszukommen sei aber möglich, wenn über das bestehende System hinaus gedacht werden kann.

⁹⁴ Kugler (2012)

Problemlösen meint im Allgemeinen das Bestreben, einen gegebenen Zustand in einen anderen, gewünschten Zustand zu überführen, wobei es Barrieren zu überwinden gilt.⁹⁵

⁹⁵ vgl. Psychologisches Institut Heidelberg

Der gewünschte Zustand ist dabei aber nicht immer eindeutig definierbar. Horst Rittel führt die Bezeichnung der »böartigen Probleme« ein, für die sich heute die englischsprachige Form der *Wicked Problems* durchgesetzt hat. Dies seien Probleme, mit denen es soziale und politische Planer zu tun haben und die sich unter anderem durch die Eigenschaften auszeichnen, dass sie sich nicht definitiv formulieren lassen und dass sie keine eindeutige und als endgültig überprüfbare Lösung bieten.⁹⁶

⁹⁶ vgl. Rittel (1992), S. 20 - 31

Demnach wäre das Problemlösen im Politischen eher als das Überführen eines Zustands in einen optimaleren zu verstehen und nicht in einen optimalsten. In diesem Sinne und als Verständnis dieser Arbeit ist das Problemlösen also vielmehr als ein ständiger Optimierungs- und Anpassungsprozess zu definieren.

In dieser Arbeit sollen Prozesse in Politik und Design als Grundlage für die Untersuchung dienen, ob und wie Wissen aus dem Design auf die Politik übertragen werden kann. Sowohl Design als auch Politik haben die essentielle Aufgabe, Veränderungen herbeizuführen. Veränderungs-Prozesse bieten als Ausgangspunkt dieser Betrachtung einen Rahmen zum Vergleich von Design und

Politik und die Möglichkeit einer weiteren Fokussierung innerhalb dieses Rahmens auf Teilaspekte wie einzelne Prozessschritte, Motivationen oder Vorgehensweisen. Sind die Prozesse in Politik und Design grundsätzlich miteinander vergleichbar, so können sie möglicherweise eine gemeinsame Kommunikationsgrundlage von Politikern und Designern bilden.

3.2 DER DESIGNPROZESS

Die Vorstellung, dass Gestaltungsaufgaben stets einer immer ähnlichen Abfolge von definierbaren Prozess-Schritten folgen, hat ihre Wurzeln in den 1960er Jahren und geht auf das *Design Methods Movement* zurück. Diese interdisziplinäre Bewegung, mit Ursprüngen im englischsprachigen Raum, setzte sich zum Ziel, das Design durch methodische Herangehensweisen zu systematisieren.⁹⁷

⁹⁷ vgl. Mareis (2011), S. 34 f.

Ein wesentlicher Akteur innerhalb dieser Bewegung war der, auch als »godfather of modern design process«⁹⁸ bezeichnete, Brite John Chris Jones. In seinem 1970 erschienenen Buch »*Design Methods*« legt er ein Modell für den Designprozess sowie verschiedene Methoden für diesen dar. Sein Modell umfasst drei Stufen: In der *Divergence*-Phase werden die Grenzen des zu lösenden Problems ausgelotet, woraufhin in der *Transformation*-Phase wichtige Faktoren, Möglichkeiten und Einschränkungen erkannt werden und die Grenze abgesteckt wird. In der *Convergence*-Phase werden für das nun definierte Problem Lösungsansätze gesucht und ausgewählt.⁹⁹

⁹⁸ Holston (2011), S. 24

Eine unerwünschte Folge dieser Pionierbewegung war die daraus resultierende Ansicht vieler, Design könne als ein rein auf theoretischen Methoden basierender Prozess betrachtet werden. Jones und auch andere Akteure des Design Method Movements wandten sich daher in den folgenden Jahren ernüchert von der Bewegung ab, weil sie beklagten, dass durch diese Entwicklung der Stellenwert von Intuition und Kreativität ausgeblendet würde.¹⁰⁰

⁹⁹ vgl. a. a. O., S. 25 ff.

¹⁰⁰ vgl. Mareis (2011), S. 34 f.

Die Ansicht, durch ein Phasenmodell den Designprozess als völlig systematisch und rational begreifen zu können, ist natürlich ein Trugschluss. Auch bei der Anwendung derselben Methoden in gleicher Abfolge von unterschiedlichen Menschen, sind die Ergebnisse stets unvorhersehbar, weil sich durch verschiedene Variablen eine unendliche Menge möglicher Lösungen ergibt, die durch subjektive Einzel-Entscheidungen im jeweiligen Prozess reduziert werden und dadurch zu unterschiedlichen Ergebnissen führen.

Diese Tatsache gilt es zwar stets zu bedenken, sie macht den prozessorientierten Ansatz aber nicht weniger bedeutsam und aktuell gewinnt dieser wieder zunehmend an Beachtung. Beispielsweise hilft er, gerade bei komplexen Aufgabenstellungen, den Überblick zu behalten, es erleichtert kollaboratives Arbeiten, vereinfacht die Projektplanung und macht sie nachvollziehbar; durch eingeplante Schritte wie Kunden-Einbeziehung oder Nutzer-Tests im Lauf des Prozesses kann Fehlentwicklungen vorgebeugt und durch ein Repertoire an prozessgebundenen Methoden einem Projekt-Stillstand entgegengewirkt werden.



Shawn M. McKinney, Kommunikationsdesignerin [Zitat 09]

Der Designprozess verläuft selten linear im Sinne eines Wasserfall-Modells, sondern zeichnet sich dadurch aus, dass einzelne Phasen durch neue Erkenntnisse oder neue Betrachtungsweisen wiederholt werden können, es sich also um einen *iterativen* Prozess handelt. Trotz dieser Tatsache und der charakteristischen Wiederholungs-Schleifen, lassen sich einzelne Phasen unterscheiden, die einen bestimmten Zweck innerhalb des Prozesses erfüllen, die besondere Anforderungen stellen und die auch innerhalb des Ablaufs relativ fest verortet sind und daher Grundlage für Prozessmodelle bilden können. Dabei gibt es nicht das *eine* richtige Modell, sondern verschiedene Modelle, von denen hier einige gezeigt werden sollen.

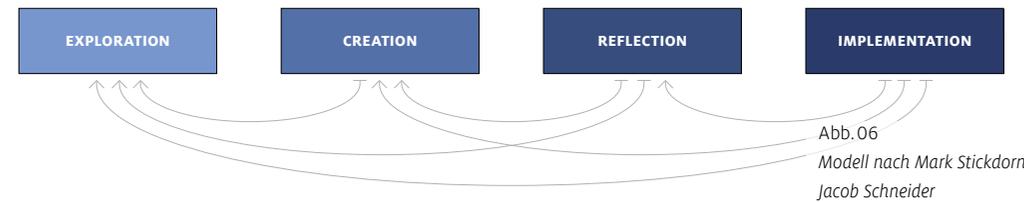


Abb.06
Modell nach Mark Stickdorn und Jacob Schneider

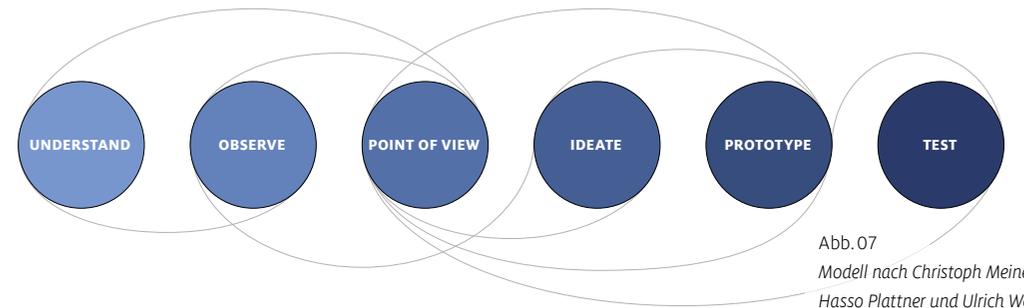


Abb.07
Modell nach Christoph Meinel, Hasso Plattner und Ulrich Weinberg



Abb.08
Modell nach Gavin Ambrose und Paul Harris

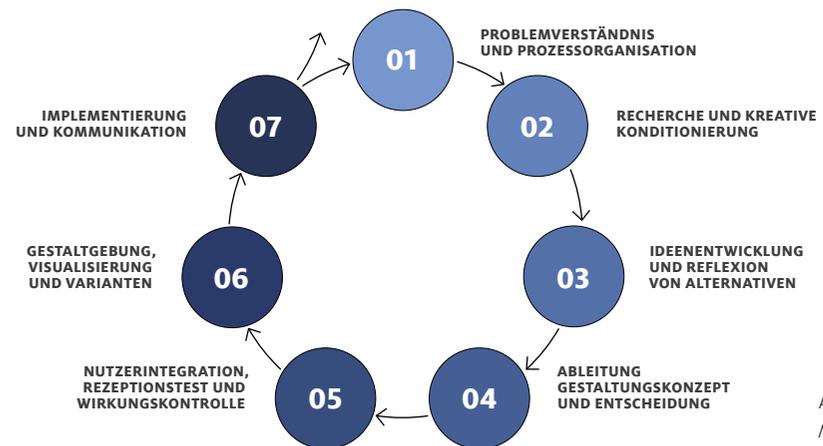


Abb.09
Modell nach Ulrich Kern

Es zeigt sich, dass die Modelle teils ungleich viele Phasen haben, diese auch unterschiedlich bezeichnet sind und sich die Modelle im Detail unterscheiden. Beispielsweise betonen einige davon den iterativen Charakter zusätzlich durch das Abbilden der Iterationsschleifen, andere verzichten darauf. Ein Modell (Abb. 09) weist durch die kreisförmige Anordnung der Phasen darauf hin, dass es sich um einen zyklischen Prozess handelt, in einem anderen (Abb. 08) weist eine eigene Feedback-Phase explizit auf eine Rückkopplung hin. Trotz dieser und anderer Unterschiede, »ist aber die grundsätzliche Struktur und die methodische Abfolge vergleichbar: Es geht immer um das Identifizieren eines Problems bis zum Verifizieren einer Lösung«¹⁰¹ und dabei werden jeweils ähnliche Phasen durchlaufen.

¹⁰¹ Kern (2012), S. 35

Ein typischer Designprozess kann folgendermaßen aussehen. Am Anfang eines Designprojekts steht ein Ausgangszustand, den es zu optimieren gilt und ein Briefing, das einen anzustrebenden Zustand skizziert. In der Recherche- und Analysephase wird die Problemstellung genau untersucht, durch zusätzliche Informationen vertieft und aus verschiedenen Perspektiven betrachtet, wodurch sich das Problemverständnis nochmals verändern kann. Auf einer starken Grundlage, die sich durch die Recherche ergibt, können nun geeignete Ideen entwickelt werden. Im Laufe dieser kreativen Phase wird zunächst eine hohe Anzahl von Ideen mit unterschiedlichsten Ansätzen generiert (*Quantität*), die anschließend kombiniert, auf Zusammenhänge überprüft, bewertet und zu einem als geeignet empfundenem Konzept synthetisiert wird (*Qualität*). Es folgen dann Formgebungsphasen und Testphasen, die in engem Austausch untereinander stehen. Je nach Umfang der Umsetzung wird hier häufig zunächst mit Prototypen gearbeitet. Das fertig ausgearbeitete Konzept wird schließlich implementiert und nach außen kommuniziert. Während des Betriebes ergeben sich dann häufig weitere Erkenntnisse über zusätzliche Optimierungsmöglichkeiten, was zu einem weiteren, sich anschließenden Designzyklus führt.

Als Grundlage für die Untersuchung dieser Abhandlung soll folgendes Arbeitsmodell dienen, welches aus bestehenden Modellen synthetisiert wurde. Der Prozess ist durch Iterationsschleifen gekennzeichnet. Die Modelldarstellung hebt davon drei besonders bedeutsame stärker hervor.

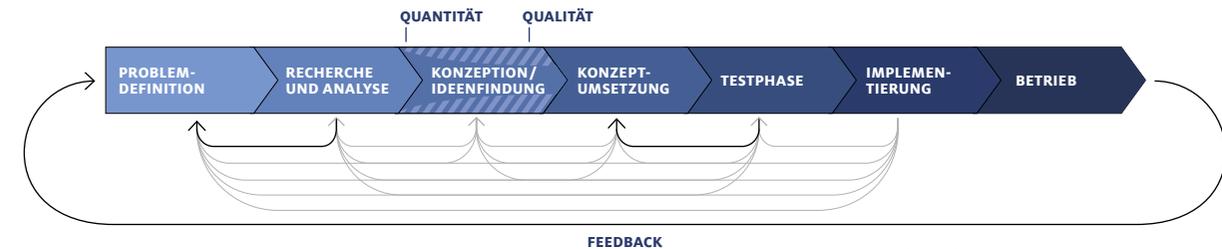


Abb. 10
Arbeitsmodell des Designprozesses

3.3 DER POLITISCHE PROZESS

Im Rahmen der Differenzierung der unter 2.2.2 beschriebenen Politikfeldanalyse, entstand für die Untersuchung politischer Prozesse die Notwendigkeit, diese modellhaft greifbar zu machen. Grundlage der daraus resultierenden Phasenmodelle ist das Verständnis von Politik als Prozess, »in dem lösungsbedürftige Probleme artikuliert, politische Ziele formuliert, alternative Handlungsmöglichkeiten entwickelt und schließlich als verbindliche Festlegung gewählt werden.«¹⁰²

¹⁰² Fritz W. Scharpf, zitiert nach Jann, Wegrich (2009), S. 71

Zu Beginn eines idealtypisch verlaufenden Prozesses tritt ein Problem ins öffentliche Bewusstsein oder wird aufgrund von Forderungen oder Ereignissen als handlungsrelevantes Problem definiert und gelangt auf die politische Agenda. Nachdem sich die politischen Vertreter mit dem Problem befasst haben, werden in einem, von Auseinandersetzungen und Aushandlungen begleiteten Prozess konkrete Programme zur Lösung des Problems

definiert und man einigt sich schließlich auf eine verbindliche Entscheidung. Im Zuge der Implementierungsphase werden diese Beschlüsse dann in die Praxis überführt und durch verschiedene gesellschaftliche Akteure, darunter auch durch einzelne Bürger, ausgestaltet. Schließlich sollte es zur Beurteilung der, durch die Beschlüsse erzielten, Wirkungen kommen und darauf wiederum entsprechend reagiert werden.¹⁰³

¹⁰³ vgl. Windhoff-Héritier (1987), S. 65

Wie bereits zuvor beim Designprozess, gibt es auch in der Politikfeldanalyse *verschiedene* Modelldarstellungen mit jeweils leichten Variationen¹⁰⁴, die versuchen, sich den hochkomplexen Prozessen anzunähern.

¹⁰⁴ vgl. Blum, Schubert (2011), S. 106

Den »ursprüngliche[n] Anstoß, politische Prozesse als eine Folge diskreter Phasen der Problemverarbeitung darzustellen und zu analysieren«¹⁰⁵ gab Harold D. Lasswell. Der amerikanische Politikwissenschaftler und Kommunikationstheoretiker, der als einer der Wegbereiter der modernen Politikfeldanalyse gilt¹⁰⁶, untergliederte den politischen Prozess 1956 in sieben Phasen (Abb. 11).

¹⁰⁵ Jann, Wegrich (2009) S. 74

Diese Phaseneinteilung fußt auf einem Modell von Herbert Simon, der auf sehr ähnliche Weise bereits im Jahre 1945 Entscheidungs- und Planungsprozesse untergliederte (Abb. 12).¹⁰⁷

¹⁰⁶ vgl. Blum, Schubert (2011), S. 22

¹⁰⁷ vgl. Jann, Wegrich (2009) S. 76



Abb. 11
Modell für einen politischen Prozess nach Harold D. Lasswell



Abb. 12
Modell allgemeiner Entscheidungsprozesse nach Herbert A. Simon

Das systemtheoretische Modell David Eastons aus dem Jahre 1965 betrachtet den Optimierungsprozess an sich innerhalb des politischen Systems als Black Box. Es hat die Phasenbetrachtung politischer Prozesse aber *dadurch* entscheidend beeinflusst, dass es die Einflussnahme verschiedener Akteure von außerhalb des politischen Systems betont.¹⁰⁸ Es verdeutlicht, dass die Entscheidung, welche Probleme innerhalb eines politischen Prozesses gelöst werden sollen, in sehr hohem Maße außerhalb des politischen Systems getroffen wird. So werden Probleme beispielsweise als Forderungen von Interessengruppen oder als Diskussionen in den Medien als Input an die Politik herangetragen. Innerhalb des Systems werden diese Inputs in politische Konzepte umgewandelt und anschließend in Form von Entscheidungen und Handlungen wieder als Outputs an die Umwelt abgegeben, die darauf wiederum durch Feedback reagiert (Abb. 13).¹⁰⁹

¹⁰⁸ vgl. a. a. O., S. 78

¹⁰⁹ vgl. ebd.

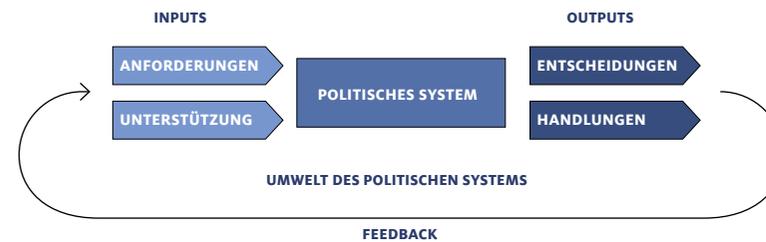


Abb. 13
Systemtheoretisches Modell nach David Easton

Wieder stärker auf den Prozess *innerhalb* des politischen Systems ausgerichtet ist der Policy Cycle (Abb. 14), der momentan »das wohl am häufigsten angewandte und einflussreichste Modell der Politikfeldanalyse«¹¹⁰ darstellt. Hier wird der Fokus auf den Aspekt gerichtet, dass politische Lösungen im Idealfall vor »Beiseitelegen« des Problems überprüft und gegebenenfalls das Ausgangsproblem redefiniert wird. Dadurch können politische Problemdefinitionen mehrere Prozesszyklen durchlaufen, was auch der Vorstellung von Problemlösen als stetigem Optimierungsprozess entspricht.

¹¹⁰ Blum, Schubert (2011), S. 104

3.4 DIE PROZESSE IM VERGLEICH

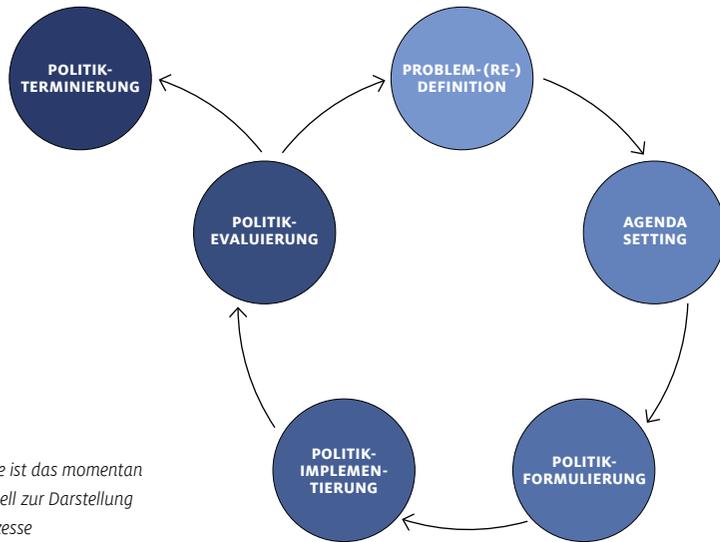


Abb. 14
Der Policy Cycle ist das momentan gängigste Modell zur Darstellung politischer Prozesse

Als Arbeitsmodell (Abb. 15) für diese Abhandlung wurde der Policy Cycle als Ausgangspunkt verwendet und durch David Eastons System-Umwelt-Aspekt ergänzt sowie durch zwei Phasen aus Lasswells Prozessmodell erweitert: der *Intelligence*-Phase, in der relevantes Wissen gesammelt und verarbeitet wird, und der *Prescription*-Phase, in welcher sich die Politik für ein bestimmtes Lösungskonzept verbindlich festlegt. Auch der politische Prozess ist als iterativer Ablauf zu verstehen, bei dem Wiederholungsschleifen prinzipiell möglich sind.

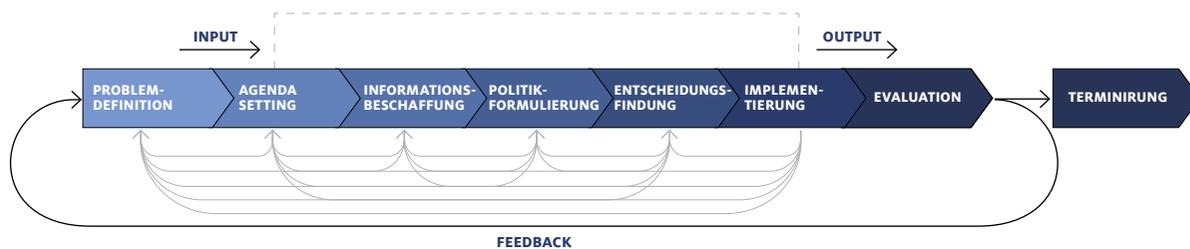


Abb. 15
Arbeitsmodell des politischen Prozesses

In einer vereinfachten Betrachtung kann gesagt werden, dass sowohl Politik als auch Design die Aufgabe haben, nicht-ideale Gegebenheiten im Laufe eines Veränderungsprozesses zu optimieren und dadurch Lebenssituationen mit zu gestalten. Dabei sind beide Prozesse von Umwelteinflüssen abhängig und auf die Zukunft ausgerichtet. Beide Abläufe können als Problemlösungs-Prozesse betrachtet werden, wobei das durch diesen Ausdruck suggerierte Bild eines linearen Ablaufs in der Realität nicht greift, sondern es sich meist eher um ein »Herantasten und stetiges Annähern an die letztlich gewählte Lösung«¹¹¹ handelt.

¹¹¹ Blum, Schubert (2011), S. 108

Der deutsche Vertreter des Design Methods Movement und Dozent an der HfG Ulm, Horst Rittel, vertrat, ähnlich wie Herbert Simon, einen sehr weit gefassten Designbegriff. So verstand er Design »nicht als eine spezifische professionelle Praxis, sondern als allgemeines Problemlösungs- und Planungshandeln«¹¹² zur Lösung komplexer *Wicked Problems*.¹¹³ Nach Rittels Verständnis wären also auch politische Prozesse zur Lösung gesellschaftlicher Probleme Designprozesse.

¹¹² Mareis (2011), S. 146

¹¹³ vgl. a. a. O., S. 142

Betrachtet man die zuvor vorgestellten Prozessmodelle von Politik und Design, so scheinen diese auf den ersten Blick tatsächlich sehr ähnlich zu sein. Beide durchlaufen von einem Problem ausgehend vergleichbare Phasen, in welchen, nach einer Informationsbeschaffung, unterschiedliche Lösungsalternativen entwickelt werden, von denen eine umgesetzt und schließlich als potentielle Lösung des Ausgangsproblems implementiert wird.

Die nachfolgende Grafik zeigt anhand der zuvor eingeführten Arbeitsmodelle, dass die Einzelphasen, in welche sich Design- und Politikprozesse aufteilen lassen, von ihrem Wesen und ihrer jeweiligen Aufgabe innerhalb des Prozesses, sehr ähnlich sind. Zwei in dieser reduzierten Form auffällige Unterschiede sind die Aufsplitzung der Problemdefinition im Politikprozess und die umgekehrte Reihenfolge von Bewertungs- und Implementierungsphase.

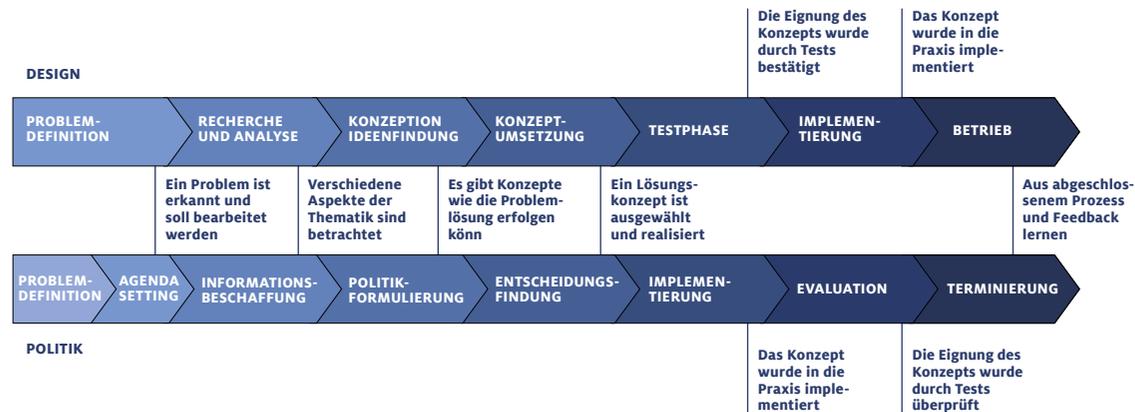


Abb. 16
Gegenüberstellung der Modelle von Design- und Politikprozessen mit jeweiliger Zielsetzungen der einzelnen Phasen.

Wie stark sich die einzelnen Phasen, trotz der Vergleichbarkeit in ihrem Zweck, in ihrer praktischen Ausprägung unterscheiden, soll ein kurzer Abriss zeigen, in dem die jeweiligen Prozessphasen in Politik und Design näher beleuchtet und sich gegenüber gestellt werden.

PROBLEMDEFINITION Die Problemerkennung findet in der klassischen Designpraxis zumeist in einem Unternehmen statt, das dann ein Designteam konsultiert. Daraufhin wird in der Regel in Zusammenarbeit zwischen Kunden und Designteam ein umfassendes Problemverständnis entwickelt und in Form von Lösungsanforderungen in einem aussagekräftigen Briefing formuliert. Hier wird definiert, *was* das Ziel des sich anschließenden Prozesses ist, aber noch keine Aussagen darüber getroffen, *wie* dieses Ziel erreicht werden soll.

Im politischen Prozess gehen zwar viele »Policy-Anregungen [...] von politischen Organen selbst aus«¹¹⁴, oft erfolgt die Problemwahrnehmung aber auch *hier* außerhalb des politischen Systems in Form von der aktuellen Präsenz eines Themas in der Öffentlichkeit. Dazu können beispielsweise aktuelle Ereignisse, die Medien oder Interessengruppen beitragen. Nicht alle wahrgenommenen

¹¹⁴ Windhoff-Héritier (1987), S. 71

Probleme werden aber auch in eine Handlung zur Lösung überführt. So gelangt nur ein Bruchteil der Themen im Rahmen eines *Agenda-Settings* von der öffentlichen Diskussion auf die offizielle politische Agenda, indem sie von der Bundesregierung oder einer Mindestzahl von Politikern des Bundestags oder Bundesrats zur Bearbeitung bestimmt werden. Nach welchen Kriterien Themen auf die politische Agenda gesetzt werden, ist aufgrund der vielen einflussnehmenden Faktoren und Akteuren wie beispielsweise Interessenverbände und Wirtschaftsunternehmen oft schwer nachvollziehbar.¹¹⁵ Sowohl in Politik als auch im Design liegt aber am Ende dieser ersten Phase ein definiertes Problem, das es im daran anschließenden Prozess zu bearbeiten gilt.

INFORMATIONSBESCHAFFUNG Im Designprozess wird das zuvor definierte Problem nun mit dem Ziel eines möglichst vielschichtigen und umfassenden Verständnisses untersucht und analysiert. Dazu arbeitet man sich gründlich in das Thema ein, es wird unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet, unterschiedliche Zusammenhänge werden mit einbezogen und Verbindungen aufgedeckt, einzelne Teile des Problems werden näher betrachtet und Erkenntnisse aus Nutzer-Befragungen und Marktforschung interpretierend berücksichtigt. Diese Recherchephase ist die grundlegende Basis für eine effektive Gestaltungslösung.

In der Politik findet diese Phase in den sogenannten *Ausschüssen* statt, denen die Problemstellung nach einer ersten Vorstellung im Plenum, mit möglicher Diskussion, zugeteilt wird. Ausschüsse sind auf unterschiedliche Themengebiete spezialisierte »vorbereitende Beschlussorgane des Bundestages«¹¹⁶, die jeweils eine Legislaturperiode in gleicher Zusammensetzung, aus Bundestagsabgeordneten im gleichen Parteien-Verhältnis wie der Bundestag bestehen. Die Aufgabe der Ausschüsse ist es, sich durch Informationsbeschaffung und Befragung von Sachverständigen und Experten, in das Thema einzuarbeiten und sich eine Meinung dazu zu bilden.

¹¹⁵ vgl. Blum, Schubert (2011), S. 112 - 116

¹¹⁶ Deutscher Bundestag (2011), § 62 Aufgaben der Ausschüsse

KONZEPTION VON LÖSUNGALTERNATIVEN Im Design wird diese Phase oft als *magischer* Moment betrachtet.¹¹⁷ Es geht darum, angeregt durch die zuvor erarbeiteten Informationen, eine hohe Zahl an verschiedensten Ideen und Ansätzen zu generieren, die zunächst nicht durch Überlegungen der Machbarkeit eingeschränkt werden sollten. Dabei gibt es zahlreiche methodische Tools, die den Kreativ-Prozess unterstützen können und von erfahrenen Designern häufig unbewusst angewandt werden.

¹¹⁷ vgl. Holston (2011), S. 36

Die politische Konzeption findet in den oben genannten Ausschüssen statt. Hier wird über die Thematik beraten und ein Entwurf erarbeitet, wobei häufig auf ein Repertoire konkreter Steuerungsinstrumente zurückgegriffen wird, welche zum Beispiel Überzeugungsmechanismen, Regulierungen, Finanzierungen oder den Einsatz regulativer Politik umfassen.¹¹⁸ Die Entscheidung über den Entwurf, der dem Plenum vorgelegt werden soll, erfolgt über eine Abstimmung innerhalb des Ausschusses. Im Vergleich zur Ideenfindungsphase im Designprozess findet diese Phase im politischen Prozess vor allem über Debatten statt. Die Konzeption im Design liefert in der Regel eine Vielzahl unterschiedlichster Ansätze, was progressive Veränderungen und auch Innovationen begünstigt, während in der Politik eher in von vorn herein eng angelegten Rahmen gedacht wird.

¹¹⁸ vgl. Blum, Schubert (2011), S. 86

ENTSCHEIDUNG UND UMSETZUNG Aus der Menge an unreflektiert entwickelten Ideen wird im Designprozess nun durch Strukturierung, Musterbildung, Kombinationen und Ausschluss die Anzahl von Konzepten reduziert und diese dann auf Grundlage der Recherche-Erkenntnisse und der anfangs definierten Anforderungen bewertet. Das als am geeignetsten empfundene Konzept wird daraufhin ausgewählt und konkreter ausgestaltet.

In der Politik findet die endgültige Entscheidungsfindung im Plenum statt. Dabei wird in der Regel nicht zwischen mehreren Handlungsalternativen entschieden, sondern über die Annahme

oder Ablehnung des von dem Ausschuss erarbeiteten und dem Plenum vorgelegten Programmentwurfs.¹¹⁹ Dazu wird nach erneuter Debatte im Plenum, bei der es noch zu Änderungsanträgen kommen kann, schließlich über Abstimmung eine Entscheidung getroffen. Sowohl in der Politik als auch im Design wird in dieser Phase ein zuvor entwickeltes Konzept für die Implementierung auserkoren und vorbereitet.

¹¹⁹ vgl. a. a. O., S. 120

TEST UND IMPLEMENTIERUNG Im Designprozess werden je nach Problemstellung bereits *während* des Prozesses an verschiedenen Stellen Tests durchgeführt, bei denen häufig auch Nutzer eingebunden werden. So sind bei Designaufgaben, in denen die aktive Interaktion von Menschen im Mittelpunkt stehen, zum Beispiel im Bereich Service-Design oder Interface-Design, Untersuchungen und Einbeziehung der Nutzerbedürfnisse wesentlich. Diese können unterschiedliche Formen haben, von Befragungen über Feldtests bis hin zu Rollenspielen.

Der Implementierungsvorgang im *Design* hat viel mit Begeisterung und Motivation zu tun und erfordert emphatische und kommunikative Fähigkeiten. Viele Neugestaltungen, wie Corporate Designs, Service-Leistungen oder Software ziehen Veränderungen für Menschen nach sich, die damit in ihrer Arbeit täglich zu tun haben. Daher stehen viele Betroffene Neuerungen in diesen Bereichen zunächst grundsätzlich skeptisch gegenüber. Der mit dem neuen Design einhergehende Wandel sollte daher bewusst geplant werden. Dazu gehört es, die betroffenen Nutzer frühzeitig über die Änderung in Kenntnis zu setzen, ihnen die Relevanz deutlich zu machen und sie vor allem von dem neuen Konzept zu überzeugen, um sie zu motivieren, es zu nutzen. Daneben sollte die richtige Anwendung natürlich auch klar und verständlich kommuniziert werden und auch nach der Implementierung begleitet werden, um möglichen Unklarheiten vorzubeugen oder um neue Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen.

Das Ziel der Implementierungsphase in der *Politik* ist es, die zuvor beschlossenen Programme nun praktisch in das dadurch angestrebte gesellschaftliche Handeln umzusetzen. So ist das Problem nach Verabschiedung eines Gesetzes für den Gesetzgeber nicht erledigt, sondern die Durchführungsphase ist für seine Wirkung entscheidend.¹²⁰ In dieser werden die zuvor formulierten Programme beispielsweise durch Ministerien, Behörden oder die Polizei in der Praxis angewendet und ausgestaltet. Auch in der Politik ist eine Überzeugung und Aufklärung der von einem politischen Programm Betroffenen, in Form einer bürgernahen Kommunikation, für dessen Wirksamkeit oft entscheidend.

¹²⁰ vgl. Jann, Wegrich (2009), S. 90

Im Policy Cycle befindet sich die Evaluation nach der Implementierungsphase mit dem Ziel, »die Wirkung und die Zielerreichung politischer Programme zu erfassen und zu beurteilen.«¹²¹ Sie ist demnach auf die sachliche Bewertung anhand der Problembewältigung ausgerichtet und Grundlage für die Entscheidung, ob das Thema nochmals auf die Agenda gesetzt wird. Allerdings findet diese Evaluierung in der politischen Realität kaum systematisch statt und »nicht immer haben die mit der Aus- und Durchführung von Programmen Beauftragten überhaupt ein Interesse daran zu wissen, wie ihre Instrumente greifen und ihre Maßnahmen wirken.«¹²²

¹²¹ Blum, Schubert (2011), S. 129 f.

¹²² a. a. O., S. 129

Es gibt aber auch durchaus Möglichkeiten, mit denen Politiker ihre Programme bereits vor ihrer Erlassung testen können. So bietet es sich bei einigen Programmen, wie beispielsweise in der Bildungspolitik an, deren Wirkung zuvor in Modellversuchen zu testen, die auf einzelne Einrichtungen oder Regionen begrenzt sind.

Ein Mittel, mit dem Politiker vorab zwar nicht die *Wirkung* einzelner Programme, aber deren *Zustimmung* in der Bevölkerung testen können, sind Meinungsumfragen zu politischen Vorhaben, wie sie im Auftrag von Medien durchgeführt werden. Oder sie setzen gezielt Testballons ein, wie dies zum Beispiel Gerhard Schröder vor Einführung der Agenda 2010 tat, indem er ein »Strategiepapier zum weitreichenden Umbau der Sozialsysteme über den Berliner Tagesspiegel lancierte«¹²³, um vorab öffentliche Reaktionen zu testen.

¹²³ Zimmermann (2011), S. 39

Vergleichbar ist die Implementierungsphase in Politik und Design insofern, dass in dieser Phase das Prozessergebnis nach außen gegeben wird und dadurch die direkte Einflussnahme schwindet. Daher ist es umso wichtiger, durch Kommunikation, die Menschen zu überzeugen und so die Chance zu erhöhen, dass das Konzept in der Realität wie geplant angewandt wird und es dadurch die gesetzten Ziele erreicht.

3.5 DER KONTEXT DER PROZESSE

Der vorhergehende Vergleich hat gezeigt, dass sich die Prozesse in Politik und Design in einzelne Phasen untergliedern lassen, die in ihrem jeweiligen Zweck innerhalb des Ablaufs vergleichbar sind, sich aber in ihrer Ausprägung teils stark unterscheiden. Grund dafür ist die Tatsache, dass ein Prozess immer innerhalb eines Kontextes stattfindet, der diesen stark beeinflusst und der daher in den Vergleich mit einbezogen werden muss.

PROZESS-STRUKTUR Bei Gegenüberstellung der zum Vergleich vereinfachten und schematisierten Strukturen, fällt zunächst auf, dass die politischen Prozesse in einem großteils öffentlichen Raum stattfinden, während Designprozesse in einem eher privaten Rahmen ablaufen. Im klassischen Designprozess gibt es ein Designteam, das im Auftrag und in Zusammenarbeit mit einem Kunden eine Gestaltungsleistung erbringt, welche sich an den Bedürfnissen einer Nutzergruppe orientiert. Es gibt also eine relativ klare Rollenverteilung zwischen Gestalter, Kunde und Nutzer.

In der institutionellen Politik auf Bundesebene fällt die Rolle des Gestalters dem Bundestag zu, da hier politische Programme gestaltet werden. Innerhalb des Plenums gibt es jedoch verschiedene Parteien mit unterschiedlichen Interessen, welche wiederum aus einzelnen Mandatsträgern bestehen, die individuelle Überzeugungen haben, die sich nicht immer mit der ihrer Partei decken müssen.

Die von dieser Instanz gestalteten politischen Programme betreffen nun die gesamte Gesellschaft, einschließlich der Bevölkerung, der Wirtschaft und der Medien. Ein Teil davon legitimiert wiederum als Wähler die politischen Akteure dazu, zu gestalten und der Gestaltungsprozess wird von unterschiedlichen Interessengruppen und Unternehmen innerhalb der Gesellschaft beeinflusst.¹²⁴ Es wird hier deutlich, dass die Strukturen im politischen Prozess wesentlich komplexer und stark ineinander verzahnt sind.

¹²⁴ vgl. Jann, Wegrich (2009), S. 86

GESTALTUNGSFREIRAUM DURCH MACHT Die eben genannte Eigenschaft, dass politische Parteien von den Wählern zur Gestaltung legitimiert werden, weist auf ein wesentlich prägendes Merkmal des gesamten politischen Systems hin: die *Macht*, welche die Möglichkeit bietet, »ohne Zustimmung, gegen den Willen oder trotz Widerstandes anderer die eigenen Ziele durchzusetzen und zu verwirklichen«¹²⁵. Nach der Systemtheorie Niklas Luhmanns ist die Macht das kennzeichnende Medium des Funktionssystems *Politik* und der entsprechende Code ist »Macht haben« oder »keine Macht haben«.

¹²⁵ bpb (2012)

Demokratische Systeme sind so organisiert, dass die Bürger regelmäßig die Mehrheits- und damit die Machtverhältnisse der Parteien im Bundestag über Wahlen bestimmen. Je mehr Macht eine Partei hat, desto größer sind die Chancen, politische Programme nach ihren Überzeugungen gestalten zu können, was sich beispielsweise daran zeigt, dass die deutlich überwiegende Zahl der verabschiedeten Gesetze auf Regierungsvorlagen, also auf die machthabenden Parteien, zurückgehen.¹²⁶ Somit ist Machtgewinn für die politischen Akteure von wesentlicher Bedeutung, Zustände nach ihrer Überzeugung optimieren zu können und prägt den politischen Prozess dadurch stark, dass neben der sachlichen Problemlösung immer auch das subjektive Streben nach Macht Ziel der beteiligten Akteure ist. Auch in der Policy-Forschung wird daher »dem Faktor Macht [...] bei der Untersuchung politischer Prozesse großes Gewicht zugesprochen.«¹²⁷

¹²⁶ vgl. Deutscher Bundestag (2012a)

¹²⁷ Blum, Schubert (2011), S. 66

AUSWIRKUNGEN DER MACHT AUF PROZESSE Bereits bei der Frage, welche *Themen* auf die politische Tagesordnung kommen, spielen macht-taktische Gründe eine wesentliche Rolle. In diesem Zusammenhang verwenden Medien häufig den Begriff »Kuhhandel«, wenn beispielsweise Themen aufgrund von Zugeständnissen an bestimmte politische Ausrichtungen auf die Agenda gesetzt werden, oder den Begriff »Wahlgeschenk«, wenn es offensichtlich ist, dass Beschlüsse mit Blick auf bevorstehende Wahlen gefasst werden. Die alle vier Jahre stattfindende Wahl als Neubestimmung der Machtverhältnisse führt aber häufig auch dazu, dass Themen eben *nicht* auf die politische Agenda kommen. So werden zwar notwendige, aber unliebsame Themen häufig vermieden. Kosten, die durch eine solche Nicht-Inangriffnahme politischer Probleme entstehen, nennt Horst Rittel »Opportunity Costs«¹²⁸.

¹²⁸ Rittel (1992), S. 76

»Ab dem Moment, da Demokratie nicht mehr als untastbare heilige Kuh betrachtet wird, geht es darum, sich wieder mit der Demokratie zu befassen, sie als ein Potential zu betrachten, die permanente Veränderung im Sinne einer Verbesserung zu betreiben, das Demokratische zu gestalten, zu designen.«

Ruedi Baur. Kommunikationsdesigner [Zitat 10]

Neben dem Agenda-Setting beeinflusst die Machtfrage auch die *Entscheidungsfindung*. So ist es das, mit Blick auf die Macht, nachvollziehbare Ziel der Politik, möglichst konkrete und unmittelbar sichtbare Lösungen zu beschließen. Der ebenfalls von den Medien häufig verwendete Begriff des »Fraktionszwangs« beschreibt die Tatsache, dass innerhalb der Parteien von einzelnen Mandatsträger ein fraktionskonformes Abstimmungsverhalten erwartet wird, um Geschlossenheit und Einigkeit zu demonstrieren. Hier können parteitaktische Gründe und stark ausgeprägtes Lager

denken schnell dazu führen, dass eine offene, neutrale Reflexion der Konzepte nicht stattfindet, sondern Vorschlägen des gegnerischen Lagers von vorn herein ablehnend gegenüber gestanden wird. Das Ziel des Machterhalts kann so einer bestmöglichen Lösungsfindung aus verschiedenen Alternativen schnell im Wege stehen.

GESTALTUNGSFREIRAUM DURCH VERTRAUEN Definiert man Macht in der Politik als Grundlage, die den Freiraum bietet, Gestaltung nach den eigenen Überzeugungen durchführen zu können, schließt sich die Frage an, ob es im klassischen Designprozess ähnliche Faktoren gibt. Im Design hängt Gestaltungsfreiraum eng mit Vertrauen zusammen: vertraut der Kunde dem Designer, so traut er ihm eher zu, dass er »schon weiß, was er tut«. Damit sich ein solcher Vertrauensvorschuss einstellen kann, muss der Kunde von den Fähigkeiten und der Erfahrung des Designers überzeugt sein, was dadurch geschehen kann, dass er sieht, dass dieser schon Projekte vor seinem erfolgreich bearbeitet hat. Dazu dienen in der Praxis Referenzen und auch Auszeichnungen. So gibt es heute eine enorme Anzahl nationaler wie internationaler Design-Awards. Der auf Eigeninteresse beruhende Blick darauf, sich hinterher mit einem Ergebnis präsentieren zu wollen, kann also im Designprozess durchaus eine Rolle spielen und möglicherweise auch Entscheidungsprozesse beeinflussen. In der Regel sollte sich dieser zusätzliche Ansporn aber positiv auf das Projektergebnis auswirken. Die Auswahl eines umzusetzenden Konzeptes trifft letztlich der Kunde.

Während die Designtätigkeit mit ihren verbundenen Fähigkeiten durch anerkanntes Studium oder Lehre erlernt werden kann und der Designer so als Fachmann in der Regel bereits ein gewisses Vertrauen entgegengebracht bekommt, »gibt [es] keine Fachausbildung für das politische Handwerk.«¹²⁹ Das heißt, es gibt keine Art von Qualifikations-Nachweis für einen Politiker. Das Vertrauen bei den Wählern, das auch in der Politik ein Schlüsselbegriff ist und unmittelbar mit Macht in Verbindung steht, beruht stark auf dem öffentlichen Auftreten und der subjektiven Einschätzung der

¹²⁹ Rittel (1992), S. 239

Bürger. Dass nicht immer eine langjährige politische Erfahrung mit vorzuweisenden Erfolgen notwendig ist, um das Vertrauen der Bürger zu gewinnen, zeigte beispielsweise der schnelle politische Aufstieg von Karl-Theodor zu Guttenberg.

Ein weiterer Unterschied lässt sich in den Entscheidungsprozessen benennen, welcher in der demokratischen Legitimierung begründet ist. So führen Zugeständnisse und Koalitionszwänge häufig dazu, dass man sich für den kleinsten gemeinsamen Nenner entscheidet. Dadurch ergeben sich *softe Transformationsprozesse*¹³⁰ und politische Innovationen sind nahezu unmöglich. Dagegen sind es im Design in der Regel explizit *keine* Kleinste-Gemeinsame-Nenner-Lösungen, die vom Designer gesucht werden, sondern häufig unkonventionelle, innovative und teils auch radikale Lösungen. Entscheidend im Design ist die daran anschließende überzeugende Vermittlung des Gestaltungsergebnisses zunächst an Auftraggeber und dann an die Zielgruppe.

¹³⁰ vgl. Kapitel 5.1

»Design hat die Aufgabe, Visionen zu entwickeln und zu visualisieren. Design hat die Aufgabe, die Zukunft zu gestalten.«


Michael B. Hardt, Joachim Kobuss. Designer und Designberater [Zitat 11]

Wie oben beschrieben, ist der Kunde im klassischen Designprozess, wie er im wirtschaftlichen Kontext üblich ist, klar definiert. Der Auftraggeber ist Geldgeber, der die Gestaltung vor allem als Wirtschaftsfaktor sieht und sich durch das Hinzuziehen eines Designers einen finanziellen Vorteil erhofft.

Die Frage, wer die »Kunden« der politischen Gestalter sind, ist dagegen nicht einfach zu beantworten, da die Politik die gesamte Gesellschaft betrifft. In der Antike war das Bild des Politikers von großer Anerkennung geprägt, da von dem edlen Politiker ausgegangen wurde, der nur das Beste für seine Mitbürger im Auge hat.¹³¹

¹³¹ vgl. Welan (1997), S. 7

Demnach wäre das Volk der Kunde- und dessen Wohl das einzige Ziel der Politik. Definiert man den Kunden über den finanziellen Aspekt, so spielen plötzlich große Wirtschaftsunternehmen, vertreten durch Lobbyisten, eine wesentliche Rolle. Unter der Perspektive der Macht, sind es die Wähler, die es als »Kunden« zu gewinnen gilt, wobei die Marktsegmentierung – zum Beispiel SPD für die Arbeiter, CDU für die gutbürgerliche Mittelschicht – immer weniger greift. Es ist auch durchaus vorstellbar, dass sich der Fokus der Politik, als Auswirkung der Machtbedeutung, je nach Zeitpunkt im Wahlzyklus ändert. So würden zu Beginn eines Regierungszyklus inhaltsorientierte Themen im Sinne des Parteiprogramms bearbeitet, während vor Ablauf der Regierungszeit eher wählerorientierte Themen auf die Agenda kommen.

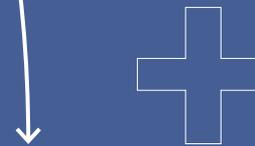
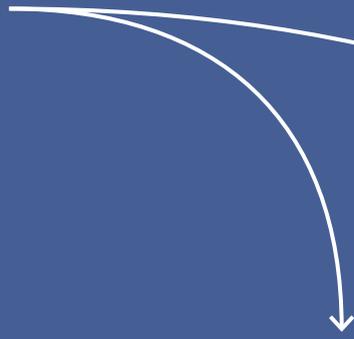
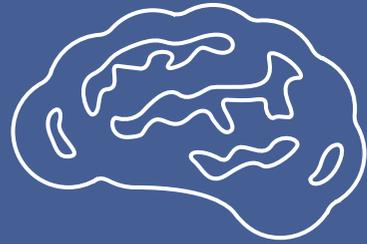
Das Ziel politischer Gestaltung ist nicht die Gewinnmaximierung, sondern wohl eher, die Gesellschaft in eine bestimmte Richtung zu entwickeln, die von den entscheidenden Akteuren als erstrebenswert empfunden wird und die ihren Vorstellungen und Werten entspricht. Anders als im Design gibt es in der Politik auch keinen festen, greifbaren Auftraggeber. Fasst man »Auftraggeber« in einem weiteren Sinne auf als Auslöser für einen politischen Handlungsprozess, so können dazu beispielsweise Petitionseinreichungen von Bürgerbewegungen, Punkte aus dem Parteiprogramm oder aber auch Entscheidungen der Judikative gezählt werden. So veranlasste zum Beispiel ein Urteil des Bundesverfassungsgerichts, welches die nachträglich verhängte Sicherungsverwahrung von Straftätern als verfassungswidrig erklärte, die politischen Akteure dazu, sich mit diesem Problem zu befassen.

Es bleibt zu resümieren, dass die Prozesse, im Modell betrachtet, sehr ähnlich sind. In beiden wird von einem Problem ausgegangen und mit dem Ziel einer angemessenen Optimierung werden vom Wesen her vergleichbare Phasen durchlaufen. In ihrer praktischen Ausprägung unterscheiden sie sich aber wie oben ausgeführt in vielerlei Hinsicht sehr deutlich. Bei Design und Politik von demselben zugrunde liegenden Planungsprozess auszugehen, wie es Horst Rittel vorschlägt, wird den Prozessen und ihren Eigenarten also nicht gerecht.

Daher sind für das Ziel einer Übertragung von Wissen vom Design auf die Politik die politischen Prozesse im Kontext der Besonderheiten des politischen Systems zu betrachten, welche für das Verständnis der Mechanismen maßgeblich von Bedeutung sind. Dies sind vor allem die große Bedeutung von Macht und die zahlreichen Einflussfaktoren auf die politische Entscheidungsfindung. Auch spielen im politischen Prozess noch stärker als in vielen Designprozessen, persönliche Überzeugungen und auch ideologisches Lagerdenken der handelnden Akteure mit, die eine offene Problemlösung erschweren.

Als Grundlage für die Wissensübertragung zwischen Design und Politik eignet sich der problemlösungs-orientierte Prozess insofern, dass er durch seine grundsätzlichen Vergleichbarkeit eine gemeinsame Kommunikationsbasis- und eine Orientierungshilfe für die Akteure beider Bereiche bietet. Genannte Differenzen und Eigenheiten sind bei einer möglichen Wissensübertragung allerdings zu berücksichtigen, da es andernfalls leicht zu Kommunikationsproblemen und gegenseitigem Unverständnis kommen kann.

4. DESIGNWISSEN



DAS **VIERTE KAPITEL** ENTSPRÄCHE DER PHASE DER **GESTALTUNG** IM DESIGN. HIER WIRD DIE THEORIE AUSGESTALTET, INDEM SICH DEM **DESIGNWISSEN** ANGENÄHERT WIRD UND DIE GRUND-SÄTZLICHE **ÜBERTRAGBARKEIT** DIESES WISSENS ÜBERPRÜFT WIRD.

Bereits im zweiten Kapitel wurde auf die Schwierigkeit eingegangen, Design eindeutig und umfassend zu definieren. Als Grund wurde genannt, dass es neben formal-ästhetischen Kenntnissen mit der Möglichkeit der Verbalisierung noch weitere Fähigkeiten geben muss, die den Designer auszeichnen. Diese Annahme ist auch Grundlage für ein erweitertes Designverständnis, da hier der Fokus von der konkreten Objektgestaltung auf »eine allgemeinere, konzeptionelle Ebene von Entwerfen und Gestalten«¹³² gerückt wird. Dieses *Mehr*, das den Designer auszeichnet, spiegelt sich auch in der bekannten Aussage des Bauhaus-Lehrers László Moholy-Nagy wider, Design sei kein Beruf, sondern eine *Haltung*¹³³, welche in der darauffolgenden Zeit mehrfach aufgegriffen wurde. So schrieb etwa der Schweizer Soziologe und Werbefachmann Markus Kutter: »Führt nicht fast immer die Frische der Anschauung, das heißt der Unwille, bestehende Lösungen, Normen und Verhaltensweisen als gegeben zu nehmen, dann auch zu neuen formalen Gebilden? [...] So wäre Designer in diesem zweiten Sinn gar nicht so sehr ein Beruf als eine Haltung, eine Lust die Welt zu verwandeln, die sich eben auch greifbar und sichtbar bemerkbar macht.«¹³⁴

Was einen Designer auszeichnet, schließt demnach mehr ein, als faktisches und archivierbares Wissen. Um sich im folgenden Abschnitt dem Ausdruck *Designwissen* anzunähern, ist zunächst ein Wissensverständnis nötig, das mehr als dieses Fakten-Wissen beinhaltet. Daher soll die folgende Wissens-Definition Ausgangspunkt der weiteren Betrachtung von Designwissen bilden:

»Wissen bezeichnet die Gesamtheit der Kenntnisse und Fähigkeiten, die Individuen zur Lösung von Problemen einsetzen. Dies umfasst [sic] sowohl theoretische Erkenntnisse als auch praktische Alltagsregeln und Handlungsanweisungen. Wissen stützt sich auf Daten und Informationen, ist im Gegensatz zu diesen jedoch immer an Personen gebunden. Es wird von Individuen konstruiert und repräsentiert deren Erwartungen über Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge.«¹³⁵

¹³² Mareis (2011), S. 197

¹³³ vgl. a. a. O., S. 106

¹³⁴ Markus Kutter, in Conrads, Stromberg, Teut (1972), S. 78

¹³⁵ Probst, Raum, Romhardt, zitiert nach Reaper (2011), S. 14

4.1 ANNÄHERUNG AN DAS DESIGNWISSEN

IMPLIZITES WISSEN Im Zusammenhang mit dem Designwissen wurde bereits die Wissensform des »impliziten Wissens« kurz genannt. Claudia Mareis bezeichnet dies als »eine zentrale identitätsstiftende Funktion in der Bestimmung von Wissen im Design«¹³⁶ und benennt *implizites Wissen* neben *Innovation* und *Synthese* als eines der drei zentralen Motive in der aktuellen Designforschung.¹³⁷

¹³⁶ Mareis (2011), S. 248

¹³⁷ vgl. a. a. O., S. 177



Der Begriff des impliziten Wissens (*tacit knowing*) geht auf Michael Polanyi zurück, nach dessen Beschreibung es »jenen Teil des Wissens [darstellt], der nicht vollständig in Worten ausgedrückt wird oder werden kann. Es umfasst Wissen und Können.«¹³⁸ Es gibt weitere Eigenschaften, die dem impliziten Wissen heute zugeschrieben werden. So ist es »personengebunden, es ist immer kontextabhängig und bezieht sich auf Situationen. Implizites Wissen ist körpergebunden, es hat mit Intuition zu tun. [...] Implizites Wissen zeichnet sich neben der Intuition, über die eine Person verfügen muss, durch Expertise aus. Diese Expertise lässt sich aber nicht allein durch das Sammeln von Informationen und das Abspeichern dieser Informationen im Kopf erwerben. Zur Expertise gehört Erfahrung.«¹³⁹

¹³⁸ Mandl (2012)

¹³⁹ Reaper (2011), S. 54

In dieser Aufzählung von Eigenschaften wird der Charakter impliziten Wissens deutlich. So ist der erfahrene Handwerker, der seine Tätigkeit großteils intuitiv ausübt, ein typisches Beispiel für einen impliziten Wissensträger. Die Eigenschaft der Nicht-Kommunizierbarkeit und die Erfordernis der Expertise bedingen die klassische Form der Erlangung impliziten Wissens durch wiederholtes Ausführen und Üben einer Tätigkeit. Dies beginnt mit einer

zunächst unreflektierten Imitation einer Handlung. Ein Beispiel dafür ist die klassische Meister-Lehrlings-Beziehung. Der Lehrling versucht zunächst, die Arbeit des Meisters zu imitieren wodurch sie durch Erfahrung und Praxis in implizites Wissen umgewandelt wird. Daraus lässt sich folgern, dass implizites Wissen immer auch von soziokulturellen Einflüssen abhängig ist. Es entsteht nicht im leeren Raum, sondern wird von Traditionen und Autoritäten beeinflusst und geprägt.¹⁴⁰

¹⁴⁰ vgl. Mareis (2011), S. 270 ff.

IMPLIZITES WISSEN IM DESIGN Es können aus der Definition von implizitem Wissen verschiedene Bezugspunkte zum Design erkannt werden und insbesondere bei der Frage nach dem *Wesen* des Designs scheint diese Art des Wissens und des Könnens von Relevanz zu sein.

Mit der Suche nach der »essential nature of design« beschäftigte sich der Designer David Pye bereits 1964.¹⁴¹ Doch bis heute scheint die Frage nicht befriedigend geklärt worden zu sein, wie Filippo Salustri und Nathan Eng feststellen: »One question that persists in design research, despite many vigorous and on-going research efforts, is ›What is design?«¹⁴². Implizites Wissen mit der wesentlichen Eigenschaft der Unaussprechlichkeit könnte die Schwierigkeit begründen, Designkompetenzen jenseits der wahrnehmbaren Formgestaltung zu kommunizieren.

¹⁴¹ vgl. Mareis (2010b), S. 121 f.

¹⁴² Filippo Salustri, Nathan Eng, zitiert nach Mareis (2010b), S. 121

Auch die Aneignung von Können durch zunächst reine Nachahmung entspricht dem von implizitem Wissen. Diese Tatsache setzt der bekannte Plakatgestalter und Dozent Uwe Loesch auch bewusst in seiner Lehrtätigkeit ein: »Während meiner Lehrtätigkeit ermutigte ich manchmal weniger einfallreiche Studentinnen und Studenten, eine Idee, die nicht ihre eigene war, spontan gestalterisch umzusetzen. Der Lernprozess (›Learning by Doing‹) war enorm. Am Ende hatten sie vergessen, dass sie sich eine fremde Idee angeeignet hatten.«¹⁴³

¹⁴³ Uwe Loesch, in einer Mail an den Autor vom 28.10.2012

Im Designdiskurs gewann das Motiv des impliziten Wissens in den 1980er Jahren an Bedeutung und kann als Reaktion auf das bereits erwähnte Design Methods Movement betrachtet werden.

Während die Vertreter dieser Bewegung von einem rational-systematisch agierenden Designer ausgingen, wurde nun das Bild eines praxisbasierten, subjektiv handelnden Designers gezeichnet.¹⁴⁴

¹⁴⁴ vgl. Mareis (2011), S. 152 f.

»Although the importance of design is realised, the essential nature of the activity seems not to be understood except by designers, and they have not formulated what they know.«

David Pye, Professor für Möbeldesign [Zitat 13]

Das implizite Wissen, das hier so wenig konkret als *Designwissen* bezeichnet wird, lässt sich nicht auf *eine* bestimmte Fähigkeit reduzieren. Vielmehr ist damit die Vorstellung eines Bündels an verschiedenen Fertigkeiten gemeint, die bei erfahrenen Designern in besonderem Maße vertreten sind. Ein Versuch der Annäherung an einen Teil dieser Befähigungen erfolgt im Abschnitt 4.2.

MYSTIFIZIERUNG DES DESIGNWISSENS Eine Folge der kaum greifbaren Essenz des Design ist, neben der Marginalisierung als rein kosmetisches Handeln, die Mystifizierung der Designertätigkeit. Diese Tatsache bringt Frederic C. Erasmus auf einen Punkt:

»Weil es im ersten Moment schwierig erscheint, systematisch eine Definition herauszukristallisieren, wird aus Bequemlichkeit oder Überforderung leider manchmal ein schneller, aber nicht weit führender Weg eingeschlagen: der Weg der Mystifizierung! Ein Designer kann nicht so recht in Worte fassen, was seine Profession ausmacht, und warum er ein besserer Designer ist, als der Amateur, der sich ebenfalls Designer nennt. Weil ihm die Worte fehlen, denkt er, es sei unmöglich, das offensichtlich Unergründliche zu erklären. Die Intuition, die angeborene Kreativität, das Talent – sind dann die Attribute, die dem Definierenden einfallen.«¹⁴⁵

¹⁴⁵ Erasmus (2012), S. 43 f.

Auch der Ausdruck Pyes einer »natural essence of design« trägt zu einer Mystifizierung bei, indem er das Bild einer von Natur aus angeborenen Designfähigkeit nahelegt, wie Claudia Mareis problematisiert.¹⁴⁶ Dagegen ist Designwissen, als implizites Wissen begriffen, durch soziokulturelle Einflüsse erwerb- und steigerbar.

¹⁴⁶ vgl. Mareis (2010b), S. 139

Hubert und Stuart Dreyfus sehen den Erwerb impliziten Wissens als einen mehrstufigen Prozess vom Anfänger zum intuitiv geleiteten Experten und tragen dabei zur Entmystifizierung des Intuitions-Begriffs bei: »Intuition or know-how, as we understand it, is neither wild guessing nor supernatural inspiration, but the sort of ability we all use all the time as we go about our everyday tasks.«¹⁴⁷ Demnach wird beispielsweise ein Schachspieler durch regelmäßiges Spielen zum *Erfahrenen* oder sogar zum *Experten*. Dieses Modell adaptierten Kees Dorst und Brian Lawson auf den Kompetenzerwerb im Design.¹⁴⁸ Es ist natürlich, wie bei allen Modellen, zu berücksichtigen, dass es sich dabei um eine starke Vereinfachung handelt und es bringt auch keine Annäherung an die konkreten Fähigkeiten eines Designers. Allerdings wirkt es der oben genannten Tendenz entgegen, die Designtätigkeit durch das Bild eines genialistischen Kreativen zusätzlich zu mystifizieren. Eine Entmystifizierung des Design begünstigt eine Öffnung hin zu anderen Bereichen und ist daher im Sinne dieser Arbeit.

¹⁴⁷ Hubert und Stuart Dreyfus, zitiert nach Mareis (2011), S. 156

¹⁴⁸ vgl. Mareis (2011), S. 157

4.1.1 DESIGN ALS DENKWEISE

DESIGN THINKING Auch der in den letzten Jahren häufig auftauchende Begriff des *Design Thinking* weist auf designspezifische Fähigkeiten in Form einer besonderen Denkweise hin. Diese Denkweise wurde in letzter Zeit vor allem von Wirtschaftsunternehmen als Potential gesehen, das zu kreativen und unkonventionellen Ideen führen kann. Allerdings wird der Begriff des Design Thinking heute sehr unterschiedlich ausgelegt. »Er gleicht [...] einem Passepartout-Begriff, der überall dort zum Einsatz kommen kann,

wo designspezifische Problemlösungsansätze auf einen Nenner gebracht und die wirtschaftliche Bedeutung von Design auf eine vermeintlich rationale oder methodische Weise begründet werden soll. So oszilliert der Begriff denn auch in seiner Verwendung mehr vage als bestimmt zwischen den »spezifischen Fähigkeiten professioneller Designer« und einem »allgemeinen Erfindergeist« hin und her.«¹⁴⁹ Den unterschiedlichen Auslegungen gemeinsam ist die Auffassung einer designspezifischen Denkweise, die sich von dem analytisch-wissenschaftlichen Denken unterscheidet und der ein großes Potential auch in Bereichen fernab der klassischen Objektgestaltung beigemessen wird.

¹⁴⁹ Mareis (2011), S. 186

»Wissen im Design [...] ist unsicher, umstritten, unvollständig, problembezogen und a-disziplinär.«
Wolf Reuter. Architekt und Theoretiker [Zitat 14].

Ein gängiges Verständnis, das beispielsweise von Hasso Plattner vertreten wird und sich in weiten Teilen mit dem in der Wirtschaft gelehrteten Verständnis deckt, sieht Design Thinking als Repertoire an Methoden, die in multidisziplinären Teams angewandt werden: »Design Thinking ist eine systematische Innovationsmethode, die in allen Lebensbereichen angewendet werden kann. Design Thinking ist [...] eine Heuristik, die ganz bestimmte Verfahrensschritte vorgibt, die sich in der Praxis in einer bestimmten Abfolge als zweckmäßig erwiesen haben und die unter ganz bestimmten Bedingungen, nämlich in einem multidisziplinären Team, ihr vollständiges Erfolgsspektrum entfalten können.«¹⁵⁰

¹⁵⁰ Meinel, Plattner, Weinberg (2009), S. 103

Es ist hier deutlich ein Bezug zum Design Methods Movement herzustellen. Auch hier ist es das Bestreben, die zuvor schwer nachvollziehbare Ideenfindung durch definierte Methoden zu systematisieren. Beim Design Thinking steht das Ziel im Vordergrund, durch die Systematisierung die Denkweise von Designern auch *anderen* Berufsgruppen zugänglich zu machen.

In der Master-Arbeit »*Collaborative Innovations in Politics*« beschäftigt sich der Politikwissenschaftler Sascha Wolff mit dem Ansatz, Design Thinking nach eben ausgeführtem Verständnis auf die Politik zu übertragen. Dabei ist mit dem Ausgangspunkt von »design thinking as collaboration tool«¹⁵¹ der Fokus sehr stark auf den Gedanken des multidisziplinären Arbeitens gerichtet. Im Sinne eines sehr weit gefassten Designbegriffes (»every action that tends to improve a situation [...] can be called the process of designing«¹⁵² und »everybody is a designer«¹⁵³), ist es die Intention der Arbeit, dass Bürger in kollaborativen Prozessen unter Rückgriff auf Designmethoden politische Konzepte entwickeln.

¹⁵¹ Wolff (2010), S. 13

¹⁵² a. a. O., S. 37

¹⁵³ a. a. O., S. 3

Wie auch schon beim Design Methods Movement gibt es aber auch beim Design Thinking kritische Stimmen, die Fragen, inwieweit der Designprozess systematisiert und von anderen Berufsgruppen ohne designspezifisches Wissen durch reines Anwenden von Methoden nachgebildet werden kann. Schließlich setzt implizites Wissen per Definition die geübte praktische Tätigkeit voraus.

So definiert beispielsweise Ulrich Kern Design Thinking als methodischen Prozess, der zwar in einem sozioökonomischen vernetzten Kontext integriert ist und über die klassischen Designaufgaben hinaus wirkt. Allerdings sieht er Design Thinking in Abgrenzung zur oben genannten Auffassung als »eine Methode, die professionelle Designkompetenz voraussetzt.«¹⁵⁴ Auch Felicidad Romero-Tejedor betont, dass Designdenken mehr ist als nur das Anwenden von Methoden: »Designdenken für Techniker oder Wirtschaftler z. B. ist inzwischen Normalität. Man muss aber hier sagen, dass häufig die Nutzung von Designdenken als methodisches Werkzeug nur wieder in Oberflächlichkeit benutzt wird. Fähigkeiten sind etwas anderes als Manieren. Fähigkeiten erwirbt man nur durch die Anstrengung, in die Materie tief einzudringen.«¹⁵⁵

¹⁵⁴ Kern (2012), S. 40

¹⁵⁵ Felicidad Romero-Tejedor, in einer Mail an den Autor vom 28.11.2012

Noch kritischer gegenüber der Frage, ob der Designprozess vom designspezifischen Wissen loszulösen ist, positioniert sich der Designer Rudolf Greger in seinem Text »*Design Thinking Tools sind*

Krücken«¹⁵⁶. Hierin kritisiert er die »ansicht, durch bloßes anwenden dieser methoden könnte man diese denkweise annehmen.«¹⁵⁷ Er nimmt dabei Bezug auf das implizite Wissen, das seiner Meinung nach Voraussetzung für Design Thinking ist: »designer wenden diese methoden mit unbewußter kompetenz an. das jahrelange training (die tatsächliche berufsausübung) nach fundierter schulung (das studium) versetzt uns in diese lage. nicht durch lesen und auch nicht durch bloßes anwenden dieser methoden, sondern nur durch konkrete gestaltungsarbeit erlernt man die denkweise der designer. der designer nutzt diese methoden spontan, situativ, vor allem fragmentarisch, so wie es gerade sinnvoll erscheint, aufgrund seiner erfahrung, abhängig von seiner entwicklung – es ist ja seine denkweise!«¹⁵⁸

¹⁵⁶ Greger (2012)

¹⁵⁷ ebd.

¹⁵⁸ ebd.

Es soll hier nicht das große Potential in Frage gestellt werden, das interdisziplinäre Teams und Think Tanks bei der Ideenfindung und Lösungskonzeption zweifellos bieten. Allerdings ist eine klare begriffliche Unterscheidung erforderlich zwischen dem leicht irreführenden Begriff von *Design Thinking*, das in der heutigen Verwendung meist eine besondere methodische und interdisziplinäre Arbeitsweise bezeichnet und dem *Designdenken*, dem hier nachgegangen werden soll und das die spezifische Denkweise von Designern während des Designprozesses meint.

DESIGNWISSEN NUR DESIGNERN? Obige Auseinandersetzung führt zu der Frage, ob die designspezifische Denkweise ausschließlich den Designern vorbehalten ist. Es wurde bereits aufgezeigt, dass die Auffassung von Design ein sehr breites Spektrum abdeckt und vom Verständnis einer allgemeinen Planungstätigkeit bis zu einem sehr eng spezialisierten Betätigungsfeld reicht. Auf die Gefahr, bei einer zu weiten Auslegung des Designbegriffs »in die Falle der leeren und haltlosen Verallgemeinerung der Art »Alles ist Design« zu tappen«¹⁵⁹, weist auch Gui Bonsiepe hin. Dennoch sieht er Design grundsätzlich als »ein Potential, zu dem jeder Zugang hat«¹⁶⁰.

¹⁵⁹ Bonsiepe (1996), S. 25

¹⁶⁰ ebd.

Begreift man Designwissen nicht als *eine* spezifische Fähigkeit, sondern differenzierter als eine *Konstellation* an Fertigkeiten, ist nicht davon auszugehen, dass sämtliche Befähigungen, die als Gesamtes das Können eines Designers auszeichnen, allein dem Designer vorbehalten sind. Zählt man beispielsweise »visuelles Denken« als einen Teil, der Designwissen ausmacht, so stellt Rudolf Arnheim fest, dass sich das, wie er es nennt »anschauliche Denken« »ganz allgemein überall, wo jemand sich mit Problemen ›im Kopf‹ abgibt«¹⁶¹, betätigt. Das Zusammentreffen verschiedener Befähigungen in einer bestimmten Konstellation führt zu einer designspezifischen Denkweise, wobei designspezifisch in diesem Kontext zu verstehen ist als bei Designern *in besonderem Maße und in ähnlicher Zusammensetzung* ausgeprägt und nicht als *ausschließlich* den Designern vorbehalten.

¹⁶¹ Arnheim (1980), S. 277

»Gestalter leben von ihrer Intuition. Trotzdem ist es sinnvoll, komplexe Gestaltungs- und Kommunikationsprozesse zu analysieren und strategisch zu planen. Es könnte ja sein, dass diese Tätigkeit mit einem bewussten oder unbewussten Lernprozess verbunden ist und so nach Phasen der Nachahmung zu impliziten Wissen wird.«

Uwe Loesch, Kommunikationsdesigner [Zitat 15]

Das Aneignen von Designwissen ist in diesem Verständnis vergleichbar mit der »ästhetischen Erziehung«, also der bis ins 18. Jahrhundert zurückreichenden und auch vom Bauhaus aufgegriffenen Idee, dass ein ästhetisches Vermögen nur durch bewusstes und wiederholtes Üben erworben werden kann. Durch regelmäßiges Tun wird demnach das Urteilsvermögen der Sinne trainiert und ermöglicht dadurch ästhetisches Wissen. Diese Art des impliziten Wissens ist nicht theoretisch erlernbar und wird auch nicht

durch das Folgen einer Methode erreicht, denn »üben muß [sic] ich nur, worüber ich nicht nach Belieben verfügen kann. Das macht ja das Üben nötig; daß [sic] etwas tun zu wollen nicht ausreicht, um es tun (und erst recht nicht: um es gut tun) zu können«¹⁶²

¹⁶² Menke (2008), S. 32

4.1.2 DESIGN ALS WISSENSKOMPLEX

Nach den obigen Ausführungen ergibt sich das Bild eines vage als *Designwissen* definierbaren Bereichs, der verschiedenes implizites Wissen beinhaltet. Bei der konkreten Frage nach diesem impliziten Wissen bewegt man sich jedoch auf einem wissenschaftlich noch weitgehend unerschlossenen Feld, wie auch bereits zitierter Uwe Loesch auf die Frage nach implizitem Designwissen bemerkt: »Die neuropsychologischen Prozesse im zentralen Nervensystem sind bekanntlich noch weitestgehend unerforscht, so dass wir uns lustvoll im Bereich der Spekulation bewegen. Aber nehmen wir einmal an, dass zum Beispiel das Einfühlungsvermögen (Empathie) für den Designprozess von Bedeutung ist, dann könnten wir auch Eigenschaften, wie Authentizität, Neugier, Wagemut, Selbstvertrauen und Ausdauer zu den impliziten Fähigkeiten eines Menschen zählen. Spontan würde ich jedoch vor allem den Willen etwas (gestalten) zu wollen als intuitiv bezeichnen.«¹⁶³

¹⁶³ Uwe Loesch, in einer Mail an den Autor vom 28.10.2012

Daraus geht hervor, dass sich keine fest definierte Auswahl an Fähigkeiten auf wissenschaftlich fundierter Basis benennen lässt, welche genau bei Zusammentreffen das designspezifische Wissen ergeben. Dennoch lassen Anforderungen aus dem Designprozess sowie erlebte Erfahrungen auf Fähigkeiten schließen, die Teil dieses Designwissens sind und auch immer wieder als solche genannt werden. Betrachtet man einige dieser als designspezifisch deklarierte Fähigkeiten zusammen, so lassen sich Beziehungsstrukturen zwischen ihnen feststellen. So hängen beispielsweise das visuelle Vorstellungsvermögen, der Umgang mit komplexen Sachverhalten und die Möglichkeit der Vermittlung unmittelbar zusammen.

Es entsteht dadurch eine Art Designwissens-Komplex, welcher hier zur besseren Veranschaulichung in einer Modell-Skizze dargestellt wird (Abb. 17). Diese dient der Illustration der hier beschriebenen Vorstellung, indem sie einen Ausschnitt des Designwissens zeigt. Dabei ist das Modell durch weitere Knotenpunkte erweiterbar und hat nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Die einzelnen Knotenpunkte hätten nach dieser Vorstellung auch noch Verbindungen zu Fähigkeiten außerhalb des Komplexes Designwissen, auf die aber der besseren Verständlichkeit halber verzichtet wurde.

Betrachtet man dieses Modell eines Designwissens-Komplexes im Hinblick auf die Frage, inwieweit Designwissen allgemein zugänglich ist, so hilft die modellhafte Vorstellung auch hier zum besseren Verständnis. Dabei kann der Komplex des Designwissens als Teil eines größeren Netzwerks unterschiedlichster impliziter Fähigkeiten gesehen werden, das sich in verschiedene, vage definierte und sich überlappende Gruppen einteilen lässt. Die einzelnen Fähigkeitsbereiche haben, ähnlich wie die Systeme in der Systemtheorie, keine fest definierten Grenzen, sondern werden subjektiv gebildet. So ließe sich nach dieser Auffassung neben dem Bereich des Designwissens beispielsweise auch ein Komplex des *wissenschaftlich-analytischen Wissens* oder ein Komplex des *emotionalen Wissens* bilden. Dabei lassen sich jeweils bestimmte, prinzipiell (in unterschiedlichem Maße) allgemein zugängliche Fähigkeiten zu Gruppen zusammenfinden. Bei einem Designer wären demnach aufgrund seiner Tätigkeit die dem Design-Wissens-Komplex zugerechneten Fähigkeiten besonders »trainiert« und daher stärker ausgeprägt, als die dem wissenschaftlich-analytischen Komplex zugeschriebenen Fähigkeiten. Auch innerhalb des Designwissens-Komplexes ließen sich wiederum Bereiche wie beispielsweise *Kreativität* abgrenzen.

Somit ergibt sich eine Definition von Designwissen, das aus unterschiedlichen, nicht abschließend definierbaren untereinander vernetzten Fähigkeiten besteht, die jeweils nicht auf einzelne Personengruppen zu begrenzen sind, bei Designern aber durch ihre Tätigkeit in Form von implizitem Wissen in eben dieser Konstellation besonders ausgeprägt und daher charakteristisch sind.



Abb. 17
Modell der Vorstellung, dass einzelne, vernetzte Fähigkeiten zu Wissenskomplexen wie dem Designwissen gruppiert werden können.

4.2 BEISPIELE DESIGNSPECIFISCHER FÄHIGKEITEN

In diesem Abschnitt sollen nun fünf als wesentlich erachtete Fähigkeiten aus dem Designwissens-Komplex näher betrachtet- und auf ihre Anwendung innerhalb des Designprozesses hin untersucht werden.

OFFENHEIT Unter Offenheit wird eine grundsätzlich positive Haltung gegenüber neuen, auch unkonventionellen Impulsen verstanden. Ideen und Anreize von außen werden aufgenommen und unvoreingenommen reflektiert. Diese offene Eigenschaft zeigt sich auch in einem ausgeprägten Interesse und Neugierde an der eigenen Umwelt und geht häufig einher mit einer erhöhten Risikobereitschaft. Die Offenheit gegenüber *Neuem* auf der einen Seite impliziert gleichzeitig auch kritisches Hinterfragen von *Bestehendem* auf der anderen Seite.

Für die Tätigkeit als Designer sind diese Eigenschaften wesentlich von Bedeutung. So hat der Designer die Kompetenz, »alles als vermittelt und zugleich als veränderbar zu denken und als entsprechende Aktion zu formulieren«¹⁶⁴, worin sich der Gestaltungswille sowie die grundsätzlich positive Haltung gegenüber Veränderungen zeigt. Gleichzeitig hat der Designer ein kritisches Bewusstsein, um vermeintlich Unveränderbares zu hinterfragen. Indem der Designer offen und interessiert durch die Welt geht, sammelt er unaufhörlich Eindrücke und Impulse aus seiner Umgebung, die er unbewusst in den Designprozess einfließen lassen kann. Daher ist »das aufgeschlossene Teilhaben an der Gegenwart als interessierte Zeitgenossen [...] eine entscheidende Kompetenz des Designs.«¹⁶⁵

Im praktischen Designprozess beginnt die Ideenfindungsphase meist mit der Sammlung einer Vielzahl von Ideen und Ansätzen. Hier ist das offene Denken eine wesentliche Fähigkeit, die es ermöglicht, eine freie Ideenproduktion zuzulassen, ohne zu

schnell Einschränkungen zu treffen. Wird in dieser Phase zu eng gedacht, werden viele Lösungsmöglichkeiten von vorn herein ausgeschlossen. So kann auch eine rational unmöglich erscheinende Idee einen wichtigen Anstoß geben, welcher in das Lösungskonzept einfließt. In dieser Prozessphase wird auch häufig bewusst oder unbewusst von unwirklichen Situationen ausgegangen (*»was wäre wenn ...?«*), um den gedanklichen Horizont zu erweitern. »Je mehr es uns gelingt, zwischen verschiedenen Gedankenformen unterscheiden zu können, desto flexibler sind wir in der Lage, nach Lösungen zu suchen.«¹⁶⁶

Eng verwandt mit der Offenheit ist auch die Experimentierfreude und die Bereitschaft, durch eine unkonventionelle Lösung, ein Risiko einzugehen. Während des Designprozesses ist auch eine ständige Reflexion des eigenen Handelns neben dem kritischen Hinterfragen äußerer gegebener Situationen eine wichtige Kompetenz von Designern, um zum einen offen für die Veränderung der Situation zu bleiben und zum anderen, um einer Gestaltungsroutine vorzubeugen.

EMPATHIE Einfühlungsvermögen und Feingefühl sind für die Empathie wesentliche Beschreibungen. Empathische Menschen haben die Fähigkeit, Perspektiven zu wechseln und so eine Gegebenheit aus der Sicht einer anderen Person wahrnehmen und nachempfinden zu können. Empathie unterscheidet sich von Mitgefühl dadurch, dass Gefühle nicht geteilt werden, sondern der Blick durch die Augen eines anderen Menschen zum Verständnis für dessen Handeln und für seine Bedürfnisse führt.¹⁶⁷

Empathie ist eine Fähigkeit, die zu haben dem Designer den gesamten Prozess erleichtert und vielen Frustrationspotentialen entgegenwirken kann. Ein klassisches Designprojekt beginnt meist mit der Beziehung zwischen Kunden und Designer, bei der, wie David Holston unter der bezeichnenden Überschrift *»Walking in the Client's Shoes«*¹⁶⁸ ausführte, Empathie bereits eine maßgebliche

¹⁶⁶ Hardt, Kobuss (2012), S. 158

¹⁶⁴ Michael Erlhoff, in einer Mail an den Autor vom 15.10.2012

¹⁶⁵ Reck (2012), S. 41

¹⁶⁷ vgl. Meinel, Plattner, Weinberg (2009), S. 73

¹⁶⁸ Holston (2011), S. 76

Rolle spielt. In dieser ersten Phase ist es wichtig, dass der Designer seinem Gegenüber gut zuhört, ihm die richtigen Fragen stellt und so seine Bedürfnisse versteht. Gui Bonsiepe bemerkt: »Entwerfen bedeutet, auf den anderen zu hören, und weniger, auf seinen eigenen Nabel zu starren.«¹⁶⁹

¹⁶⁹ Bonsiepe (1996), S. 226

Auch bei der Konzeptentwicklung ist Empathie bedeutend. Zum einen, um früh auf *allgemeine* Stimmungen und Veränderungen in der Gesellschaft aufmerksam zu werden: »Gestalter müssen Entscheidungen treffen, die inhaltliche Sensibilität [...] voraussetzen; Gespür für die Geschehnisse und Veränderungen der Zeit, in der sie leben.«¹⁷⁰ Zum anderen ist es für eine angemessene Gestaltung aber auch von großer Bedeutung, sich in *einzelne* Personen versetzen zu können. Designer »neigen nicht zu Verallgemeinerungen und Schubladendenken, sondern sind zur Einzelwahrnehmung fähig.«¹⁷¹ So versuchen sie, Menschen differenziert in ihrer Lebenssituation zu betrachten, um so deren individuelle Bedürfnisse zu erkennen. »Empathie gepaart mit einem Bewusstsein für global-soziologische Veränderungen ist ausschlaggebend für die Entwicklung von Produkten, die einen echten Mehrwert für den Benutzer darstellen.«¹⁷²

¹⁷⁰ Höger (2005), S. 159

¹⁷¹ Meinel, Plattner, Weinberg (2009), S. 75

¹⁷² Schroeder (2012), S. 44

Schließlich spielt Empathie natürlich auch eine wesentliche Rolle bei der direkten Kommunikation zu Menschen in Form der Frage, wie die gewünschte Personengruppe angesprochen werden kann und wie sie möglicherweise auch emotional erreicht werden kann. Hier spielt die angemessene Vermittlung von Informationen eine wesentliche Rolle.

VERNETZTES DENKEN Eine Alternative zum heute vorherrschenden analytisch-logischen Denken bildet das vernetzte Denken, das auch als »Denken in Beziehungen«, »relationales Denken« oder »systemisches Denken« bezeichnet wird. Das analytisch-logische Denken verläuft linear, stützt sich auf exakte Berechenbarkeit und einfache Kausalitätsketten und funktioniert daher beispielsweise gut für das Verständnis von mechanischen

Systemen. Da diese Denkweise für ein Verständnis der Prozesse des Lebens und des sozialen Handelns aber nur sehr beschränkt anwendbar ist, ist es hier der Ansatz des vernetzten Denkens, nicht die Objekte, sondern stattdessen die Beziehungen *zwischen* ihnen zu untersuchen.¹⁷³ Während das bisher in den Wissenschaften übliche Vorgehen darauf beruht, Dinge zu trennen, zu separieren und zu zerlegen, um sie zu verstehen, ist es der Ansatz des relationalen Denkens, bereichsübergreifend zu denken, »herkömmliche Trennungen zu hinterfragen und über mögliche Verbindungen nachzudenken«¹⁷⁴, um dadurch verbindende Muster zu entdecken, die Vorgänge beschreiben können, welche über kausale Wenn-Dann-Beziehungen hinausgehen. Es »meint einen Denkprozess, der nicht auf die Lösung eines spezifischen Problems und seiner Rahmenbedingungen fixiert ist, sondern der sämtliche Umweltfaktoren des Problems berücksichtigt. Es befähigt dazu, Zusammenhänge zu erkennen, die sich erst auf den zweiten Blick ergeben und Dinge kombinieren zu können, die scheinbar in keiner Relation zueinander stehen.«¹⁷⁵ Verschiedene Stimmen sehen dieses verbindende, einschließende Denken als wesentlich für die Bewältigung aktueller und bevorstehender komplexer Probleme.¹⁷⁶

¹⁷³ vgl. von Mutius (2004b), S. 16 f.

¹⁷⁴ a. a. O., S. 19

¹⁷⁵ Schroeder (2012), S. 47

¹⁷⁶ vgl. z. B. von Mutius (2004b), S. 25

Auf die besondere Verbindung zwischen Design und dieser Denkweise wies bereits der Bauhaus-Lehrer László Moholy-Nagy in seiner Aussage hin, dass die Designtätigkeit »thinking in relationships«¹⁷⁷ sei. Tatsächlich ist das vernetzte Denken eine zentrale Fähigkeit von Designern und steht in direkter Beziehung mit beispielsweise vorausschauendem Handeln, Kreativität oder Problemerkennung. Auch der niederländische Designprofessor Kees Dorst betont dies und nennt auch gleich eine Form, wofür Designer es anwenden: »Designers tend to think in terms of finding or making connections. They are inclined to use associations and analogies to create new possibilities for solutions«¹⁷⁸ In der Konzeptionsphase greift der Designer auf Ideen, Bilder, Impulse und Konzepte aus unterschiedlichsten Bereichen zurück und stellt Beziehungen zwischen ihnen her. Somit steht das relationale Denken in enger

¹⁷⁷ László Moholy-Nagy, zitiert nach Mareis (2011), S. 117

¹⁷⁸ Dorst (2006), S. 179

Beziehung mit der gerne mystifizierten Kreativität. Auch Claudia Mareis stellt mit Verweis auf den Kreativitätsforscher Edward de Bono fest, dass »kreatives« Handeln und Denken vor allem darauf beruhe, Dinge miteinander zu kombinieren, die im Grunde nicht zusammenpassen, um so zu »neuen« Lösungen zu gelangen.«¹⁷⁹

¹⁷⁹ Mareis (2011), S. 243

Da Designer »a priori undiszipliniert [sind] und [...] sich fern aller Spezialisierung bewegen«¹⁸⁰, blicken sie über den sprichwörtlichen Tellerrand hinaus in andere Disziplinen und »verknüpfen Wissensgebiete, die nicht zu ihrem Fachgebiet gehören.«¹⁸¹

¹⁸⁰ Erlhoff (2010), S. 158

¹⁸¹ Reck (2012), S. 40

Hans Ulrich Reck. Philosoph und Kunsthistoriker. [Zitat 16]

Neben diesem Aspekt des *kreativen Kombinierens*, spielt im praktischen Design auch das vernetzte Denken im Sinne eines *ganzheitlichen Denkens* eine Rolle. Im Gegensatz zum analytischen Denken, begreift der relational Denkende beispielsweise eine einfache Flasche nicht nur als Form bestehend aus chemischen Verbindungen, sondern bezieht den gesamten Kontext mit ein. So befindet sich das Objekt *Flasche* in einem Beziehungsnetz, das zum Beispiel in kulturhistorischem Verständnis die ersten Wasserbehälter einschließt; es schließt die alte Frau mit ein, die Schwierigkeiten hat, aus der Flasche einzuschenken; es schließt die Gewinnung der Rohstoffe und die damit verbundene Problematik mit ein; es schließt die Erlebnisse ein, die Menschen in geselligen Runden im Zusammenhang mit Flaschen machen und so weiter. Das Beziehungsgeflecht ist unausschöpflich. Doch genau die Berücksichtigung dieser Aspekte kann im Designprozess, mit dem Ziel der Optimierung der Beziehung zwischen Objekt und Mensch,

zu wesentlichen Optimierungsimpulsen führen. Dieses Verständnis, nach dem auch die wissenschaftliche Anatomie des Menschen noch keinen Menschen beschreibt, beruht auf dem bekannten Ausspruch Aristoteles, das Ganze sei mehr als die Summe seiner Teile.

Der Designer sollte während seiner Tätigkeit immer das *Ganze* im Blick haben, »Jeder neue Entwurf bewirkt im Gebrauch Änderungen, und diese Änderungen ziehen die Notwendigkeit neuer Entwürfe nach sich. Werden alle diese nacheinander sich öffnenden Probleme konventionell, nämlich als Einzelprobleme gelöst, so entsteht Kontraproduktivität.«¹⁸² Er muss im Gestaltungsprozess sowohl die Bedürfnisse verschiedener Nutzer (hier ist eine Verbindung zur Empathie vorhanden), wie auch wirtschaftliche, technische und ästhetische Aspekte, aber auch mögliche ökonomische, soziale und kulturelle Effekte berücksichtigen.

¹⁸² Burckhardt (1980), S. 215

Somit ist »die Idee von Design als beziehungsorientierter und beziehungszeugender Disziplin«¹⁸³, von der Hans Höger spricht, sicherlich gerechtfertigt.

¹⁸³ Höger (2005), S. 162

KOMPLEXITÄTBEWÄLTIGUNG Als *komplex* wird ein System bezeichnet, das aus einzelnen Elementen besteht, die auf vielfältige Weise und teilweise über Knotenpunkte untereinander verbunden sind und in Wechselwirkung stehen. Die Eigenschaften des Gesamtsystems sind nicht in seinen Bestandteilen angelegt und lassen sich nicht aus einer Addition selbiger ableiten.¹⁸⁴ Das Ganze hat also andere Eigenschaften als die Summe der Einzelteile. Daher ist das Verhalten eines solchen Beziehungsgefüges nicht berechenbar oder prognostizierbar.

¹⁸⁴ vgl. Küppers (2004), S. 47 f.

Wir leben in einer hochkomplexen Welt, was grundsätzlich gut und auch notwendig ist, wie Donald Norman in seinem Buch »*Living with Complexity*« darstellt. Er unterscheidet dabei zwischen *Komplexität* und *Kompliziertheit*. Während ersteres die Handlungsmöglichkeiten im Alltag erhöht, führt letzteres zu Verwirrung. Ein Smartphone ist beispielsweise ein hochkomplexes Gerät, aber

»Design [kommt] mit vielen Bereichen in Berührung, die kein einzelner Mensch beherrschen kann. Gerade diese Verknüpfung der unterschiedlichen Disziplinen bringt einzigartige Fragestellungen hervor, die in der Gesellschaft sonst nicht thematisiert würden.«

in seiner Bedienung meist relativ zugänglich. Dagegen ist eine Reihe mit zehn unbeschrifteten Lichtschaltern sehr niedrig-komplex, führt aber zu Verwirrung (Abb. 18).¹⁸⁵

¹⁸⁵ vgl. Norman (2011), S. 57 - 60

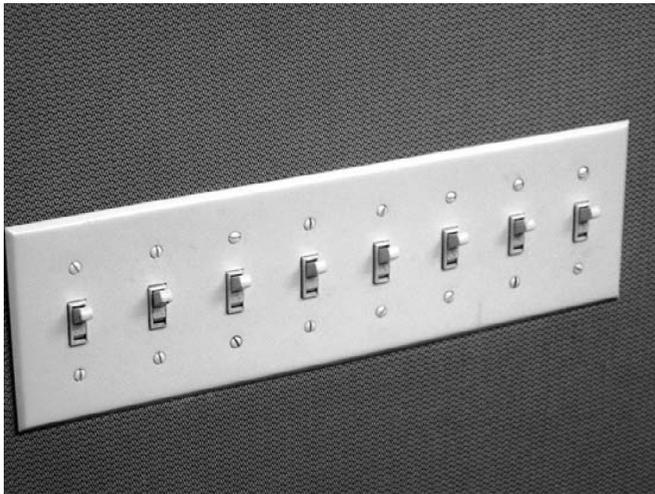


Abb. 18
Unbeschriftete Lichtschalter
führen schnell zu Verwirrung

¹⁸⁶ Hardt, Kobuss (2012), S. 171

¹⁸⁷ Romero-Tejedor (2007), S. 35

Genanntes Beispiel schlägt bereits die Brücke zum Aufgaben- gebiet des klassischen Designs, das nach Niklas Luhmann »das einzige Verfahren [ist], durch das Komplexität reduziert werden kann.«¹⁸⁶ Dabei meint die Reduzierung von Komplexität nicht, Dinge zu vereinfachen, sondern sie transparent und verständlich zu machen und sie »so zu gestalten, dass die Komplexität für alle Beteiligten kontrollierbar bleibt.«¹⁸⁷ Um bei dem Beispiel des Smartphones zu bleiben, geht es weder darum, es zu vereinfachen im Sinne der Funktionsreduktion, noch darum, dass der Nutzer die Funktionsweise des Gerätes rational völlig durchdringen kann, sondern das Ziel ist es, die hochkomplexen Funktionen dem Benutzer einfach und möglichst intuitiv zugänglich zu machen.

Bei der Betrachtung des Designprozesses wurde die Konzeptionsphase als ein Prozess beschrieben, der aus Erzeugung von quantitativer Varietät und anschließender Reduzierung besteht. In der vorhergehenden Recherche-Phase ist der Designer analytisch

tätig, filetiert Gegebenheiten, untersucht Einzelaspekte und erhält so eine Vielzahl von relevanten Aspekten. Aus diesen generiert er, angereichert durch verschiedenste andere Impulse und Gedanken, eine Masse an Ideen, Ansätzen, Überlegungen und erzeugt dadurch Komplexität. »In design, if you want to reach a certain level of quality [...] you need to go through complexity, chaos. It is a necessary step where you might feel lost for a moment. Things start to be confusing, you have too much stuff on the table, you're not sure anymore that these inputs make any sense. Be reassured, that's a good thing, you're on the right path.«¹⁸⁸

¹⁸⁸ Activeside on design (2012)

Da die Einzelteile dieses Informations-Chaos nach der Definition des Komplexen nicht durch Addition das Ganze ergeben, sucht der Designer nun innerhalb dieser Komplexität nach Strukturen und Mustern, indem er die Einzelteile gruppiert, bewertet, verändert und Verbindungen knüpft. Er sucht nach »Stimmigkeit in der Vielstimmigkeit«¹⁸⁹. Die Mustererkennung dient der Fokussierung auf das Wesentliche und ist wiederum sehr eng verknüpft mit dem vernetzten Denken: »Relationality [...] is a mode of thinking able to engage and deliver complexity.«¹⁹⁰ Während viele Naturwissenschaften es bei der *Analyse* belassen, folgt im Designprozess daraufhin die *Synthese*, in der die Einzelteile verknüpft werden, um daraus Neues zu schaffen, das der komplexen Ausgangssituation gerecht wird. Die Unvorhersagbarkeit des Komplexen bedeutet im praktischen Designprozess, dass unter gleichen Bedingungen und dem gleichen Input bei verschiedenen Gestaltern unterschiedliche Ergebnisse entstehen. Dies liegt an der Vieldeutigkeit des prinzipiell Möglichen im komplexen System, die durch einen teilweise subjektiven Selektionsmechanismus auf die Eindeutigkeit des jeweils Konkreten reduziert wird.¹⁹¹

¹⁸⁹ von Mutius (2004b), S. 23

¹⁹⁰ Fry (2011), S. 132

¹⁹¹ vgl. Küppers (2004), S. 50

Beim Umgang mit komplexen Informationen spielt neben dem *vernetzten* Denken auch die Fähigkeit des *visuellen* Denkens eine bedeutende Rolle. »Das Visuelle [als] der eigentliche Motor des Designs«¹⁹² ermöglicht es, komplexe Informationen in leicht

¹⁹² van den Boom, Romero-Tejedor (2000), S. 20

zugängliche Bilder zu übersetzen und dadurch Zusammenhänge begreifbar zu machen. In einem Beispiel beschreibt Dan Roam, Autor mehrerer Bücher über visuelles Denken, einen Fall, in dem er ein Unternehmen beraten sollte. Er erhielt stapelweise Dokumente und Marktforschungsergebnisse, die er auf wesentliche Informationen hin durchsuchte, diese gruppierte, in Beziehung setzte, nach Mustern suchte und dadurch eine einzige Grafik entwickeln konnte, die auf mehreren Ebenen alle wesentlichen Informationen enthielt, sie sichtbar machte und so Lösungsansätze aufzeigte.¹⁹³

¹⁹³ vgl. Roam (2012), S. 29 - 32

Beispiele aus den Naturwissenschaften für die Komplexitätsbewältigung durch die Kombination von Mustererkennung und visuellem Denken sind die Doppelhelix als Modell der Erbmoleküle oder das »Bohrsche Atommodell, das etwas höchst unanschauliches und eigentlich nicht exakt Darstellbares in einer einfachen Form symbolisiert.«¹⁹⁴

¹⁹⁴ von Mutius (2004a), S. 275

UMGANG MIT UNGEWISSHEIT In dem Artikel »Was Manager von Designern lernen können« unterscheiden die Autoren in Bezug auf das Unternehmens-Management zwischen zwei prinzipiell möglichen Herangehensweisen an Problemstellungen: zwischen einer *analytischen* und einer *interpretativen*. Beim analytischen Ansatz, der der traditionellen Managementperspektive entspräche, werde ein klares, auf Fakten basierendes Ziel festgelegt und das Problem in eine Reihe von Teilproblemen zerlegt, die jeweils möglichst effizient zu lösen seien. Beim interpretativen Ansatz dagegen würden die raschen Veränderungen und die Unvorhersehbarkeit der Märkte im Fokus stehen. In einem von ständigem Austausch begleiteten, ergebnisoffenen Prozess, werde die Situation stets neu interpretiert und die Handlungen daran angepasst.¹⁹⁵ Wie bereits der Titel des Artikels verdeutlicht, wird bei der letzteren auf Ungewissheit beruhenden Vorgehensweise die Brücke zum Designer geschlagen.

¹⁹⁵ vgl. Lester, Malek, Piore (1998), S. 26 f.

Und tatsächlich kann »das Design als Praxis des Nichtwissens«¹⁹⁶ bezeichnet werden. So kann zu Beginn eines Designprojektes, trotz möglicherweise zahlreich vorhandenen Marktforschungs-

¹⁹⁶ Dirk Baecker, zitiert nach Häußling (2010), S. 141

und Recherche-Ergebnissen, niemand sagen, was als Resultat des Designprozesses entstehen wird. Eine Zieldefinition im Design ist eher als die Vorstellung eines Zustandes zu verstehen, an den sich möglichst weit angenähert werden soll. Der Weg dorthin zeichnet sich meist durch ein suchendes Herantasten im Vagen aus. In dem Buch »Der denkende Designer« wird der so Handelnde mit dem der griechischen Mythologie entstammenden Odysseus verglichen: »Odysseus ist der Typus, der auch auf seinen Irrfahrten an der Orientierung auf sein Ziel hartnäckig festhält. Er kann mit Ungewissheit und undefiniertheit umgehen. Er findet auch dann zum Ziel, wenn der Weg dahin nicht geradlinig (linear) verläuft. Ja, man kann geradezu sagen, der odysseische Typ denkt nicht-linear.«¹⁹⁷ Und der Medienwissenschaftler Norbert Bolz vergleicht den Designprozess mit der Evolution, welche durch Suchbewegungen und ständige Variation und Selektion ohne ein genau definiertes Endziel gekennzeichnet ist. »Das design [sic] großer, komplexer Systeme muss evolutionär operieren.«¹⁹⁸

¹⁹⁷ Romero-Tejedor (2007), S. 188

Hier ist wiederum der Bezug zur Komplexitätsbewältigung und zum vernetzten Denken des Designers erkennbar. In der Phase, in welcher der Designer eine enorme Varietät produziert hat, ist noch weitgehend offen, was daraus entsteht. Hier können kleine Impulse von außen oder Assoziationen im Bewusstsein dazu führen, dass für die Lösung des Ausgangsproblems ein vorher völlig unerwartetes Ergebnis entsteht. Der Designer sucht also nach Mustern und Verbindungen, ohne klar sagen zu können, nach was er sucht. Er nutzt sein Vorstellungsvermögen, um in experimenteller Form verschiedene Konstellationen auszuprobieren. Die Nichtprognostizierbarkeit dieses Prozesses entsteht dadurch, dass »die interne Dynamik und externe Störungen [...] nicht mehr unabhängig voneinander [sind]. Vielmehr bestimmen die Störungen wesentlich die Systemdynamik.«¹⁹⁹ Durch dieses offene Vorgehen kann der Designer auch während des Prozesses noch flexibel auf sich verändernde Rahmenbedingungen reagieren und »angesichts überraschender und verwirrender Situationen sowohl zu einem neuen Verständnis der Phänomene als auch zu einer Veränderung

¹⁹⁸ Bolz (2006), S. 81

¹⁹⁹ Küppers (2004), S. 53

²⁰⁰ Mareis (2011), S. 167

der Situation als solcher gelangen.«²⁰⁰ Der im Abschnitt »vernetztes Denken« mehrfach zitierte Bernhard von Mutius sieht dies als Teil der von ihm untersuchten Art des Denkens, »einer anderen Denkhaltung, einer bewußt [sic] offenen und suchenden, nicht auf gesicherte »objektive« Erkenntnisse pochenden Herangehensweise.«²⁰¹

²⁰¹ von Mutius (2004b), S. 17

Wie bei der Ausführung dieser fünf, dem Designer zurechenbare Befähigungen deutlich wurde, lassen sie sich alle auf konkrete Anforderungen innerhalb des Designprozesses zurückführen und unterstützen daher den Gedanken des impliziten Wissens, bei dem Fähigkeiten durch wiederholte Tätigkeit verbessert werden und so zu intuitivem Handeln führen können.

4.3 ÜBERTRAGUNG DES WISSENS

Nachdem nun versucht wurde, sich dem schwer greifbaren Designwissen anzunähern, stellt sich die Frage, ob und wie dieses theoretisch auf den politischen Prozess übertragen werden kann, um dort möglicherweise zu gesellschaftlichem Nutzen zu führen.

Die Übertragung von implizitem Wissen wird derzeit vor allem im unternehmerischen Kontext untersucht, da die Weitergabe von personalisiertem Erfahrungswissen zwischen den Mitarbeitern von immenser wirtschaftlicher Bedeutung sein kann.²⁰² Implizites Wissen ist, wie beschrieben, dadurch gekennzeichnet, dass es kaum kommunizierbar ist und erst nach und nach durch die wiederholte Tätigkeit entsteht, was eine direkte Weitergabe erschwert und kaum verlustfrei möglich macht.

Für die anfangs definierte Zielsetzung ist es jedoch nicht erforderlich, dass die designspezifischen Fähigkeiten zum impliziten Wissen der Politiker werden, diese also von Person zu Person übertragen werden. Denn das würde nichts anderes bedeuten, als Politiker zu Designern mit deren besonderer Denkweise auszubilden. Vielmehr geht es darum, Ergebnisse, die aus einem solchen Wissen

²⁰² vgl. Mareis (2011), S. 152

entstehen, so auf den politischen Prozess zu übertragen, dass sie hier nachvollzogen und als Impulse aufgenommen werden können. Es geht hier also nicht um die *Explizierung* von implizitem Wissen, sondern korrekter ausgedrückt um das Übertragen der daraus gewonnenen *Erkenntnisse*.

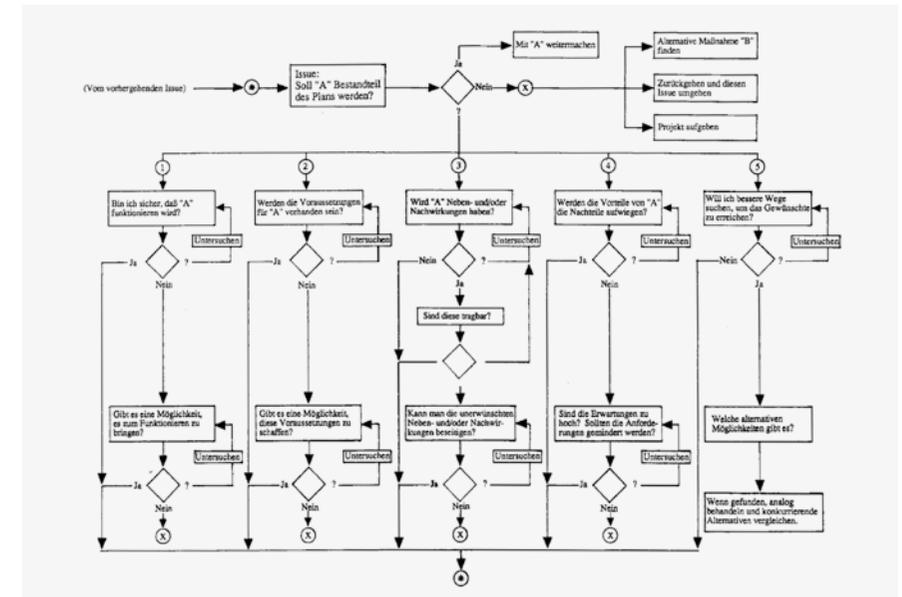
»Designers' open, creative, solution-focussed way of working is very valuable in fields that have suffered from an overly rational approach.«

Kees Dorst. Designprofessor [Zitat 17]

HORST RITTELS OBJEKTIFIZIERUNG

An dieser Stelle soll ein Exkurs zu bereits erwähntem Horst Rittel gemacht werden, der sich intensiv mit einer allgemeinen Planungstheorie befasste. Als Vertreter des Design Methods Movements ist auch er bemüht, Handlungsprozesse in systematische Modelle zu fassen (Abb. 19).

Abb. 19
Rittel begriff die Entscheidungsfindung als systematischen Weg durch Einzelfragen. Dies impliziert aber keine objektive Entscheidung.



Allerdings widerspricht er der Auffassung, derartige Prozesse seien vollständig systematisierbar, in einer Weise, dass sie beispielsweise von Maschinen ausgeführt werden könnten.

²⁰³ Rittel (1992), S. 50

Er führt den Begriff der »deontischen Prämissen«²⁰³ ein, um Entscheidungen zu definieren, die nicht objektiv nach wissenschaftlichen Kriterien getroffen werden, sondern auf subjektiven, häufig mit einer moralischen oder ethischen Haltung verbundenen, Soll-Aussagen beruhen.²⁰⁴ Als Vertreter einer sehr systematischen Planungstheorie zeigt er dadurch, dass durchaus Ansätze zwischen dem zuvor dargelegten methodisch-rationalen- und dem subjektiv-handlungsbasierten Designverständnis kombinierbar sind.

²⁰⁴ Auch Herbert Simon weist unter der Bezeichnung »bounded rationality« auf die Grenzen rationalen Entscheidens hin; z. B. in: Simon (1996), S. 150

»Es gibt keine ›Algorithmen‹, die den Prozeß [sic] steuern. Es bleibt dem Urteil des Planers und Entwerfers überlassen, wie er vorgeht.«²⁰⁵ Diese *deontischen Prämissen* unterscheiden sich von wissenschaftlichen Urteilen dadurch, dass sie nicht objektivierbar sind im Sinne eines Verfahrens, »bei dem das Ergebnis unabhängig von der ausführenden Person ist.«²⁰⁶ Trotz dieser Tatsache erkennt Rittel es als notwendig, »Methoden zu suchen, die den Planungsprozess transparenter machen«²⁰⁷, um die eigene Entscheidung nachvollziehbar zu machen und sie rechtfertigen zu können, also »die Grundlagen seines Urteils jemandem anderen möglichst explizit zu übermitteln.«²⁰⁸ Diesen Vorgang nennt er, in Abgrenzung zur »Objektivierung«, »Objektifizierung«, was meint, die eigene Bewertungsgrundlage eines Urteils anderen nachvollziehbar darzulegen, ohne dass damit zwingend eine *Überzeugung* des eigenen Urteils verbunden sein muss. Diese Überlegung Rittels deckt sich mit den Anforderungen an die Wissensübertragung im Sinne dieser Arbeit. Es geht darum, die Ideen, Urteile und Lösungsansätze, die der Designer auf Grundlage seines designspezifischen Wissens generiert hat, erfolgreich und nachvollziehbar in den politischen Bereich zu transferieren, sie also zu objektifizieren.

²⁰⁵ Rittel (1992), S. 142

²⁰⁶ a. a. O., S. 51

²⁰⁷ a. a. O., S. 50

²⁰⁸ a. a. O., S. 120

MÖGLICHKEITEN DER ÜBERTRAGUNG Rittel selbst nennt die *Argumentation* als Methode der Objektifizierung. Der Prozess hin zu einem Ergebnis bestehe aus vielen getroffenen Einzel-Ent-

scheidungen, hinter welchen jeweils ein »Garantor« stehe; eine zureichende Begründung und Rechtfertigung der einzelnen Entscheidung.²⁰⁹ Kann nun der gesamte Weg der Entscheidungsfindung nachvollziehbar dargelegt werden, so sei eine erfolgreiche Objektifizierung erfolgt. Ziel der Objektifizierung ist es, seinen Gegenüber durch den Weg der Entscheidungsfindung zu führen und ihm diesen nachvollziehbar darzulegen.

²⁰⁹ vgl. a. a. O., S. 123 f.

Die von Rittel vorgeschlagene verbale Argumentation kann durch bestimmte sprachliche Formen ergänzt werden: »Analogien und Metaphern werden gerne verwendet, wenn zwischen interdisziplinären Experten implizites Wissen vermittelt werden soll. Sie eignen sich gut für Arbeitsteams und werden oft im Story Telling eingesetzt.«²¹⁰ Es kann aber auch die Tatsache zunutze gemacht werden, dass der Mensch die meisten Informationen visuell aufnimmt und in Bildern denkt. So können, wie in dem unter 4.2 beschriebenen Beispiel von Dan Roam, grafische Darstellungen helfen, schwer kommunizierbare Inhalte zu verdeutlichen. Der Designer, der in der Regel darin geübt ist, zweckorientierte Bilder zu erfinden, kann so seinen Denk- und Erkenntnisprozess durch eine strukturierte Aufbereitung sichtbar und nachvollziehbar machen.

²¹⁰ Raeper (2011), S. 73

Welche Werkzeuge auch verwendet werden; entscheidend für eine Übertragung von Information, in dem Verständnis wie sie vom Designer als Sender, gemeint ist, ist eine erfolgreiche Kommunikation. Dabei ist die Vorstellung eines Senders, der eine Art Datenpaket an den Empfänger schickt, welches bei ihm genauso ankommt und verstanden wird, zu vereinfachend. Der tatsächliche Kommunikationsvorgang ist weit komplexer, da beispielsweise verschiedene Erfahrungsstände und Interpretationen dazu führen können, dass das Gemeinte nicht mit dem Verstandenen übereinstimmt und es so zu Unverständnis oder Missverständnissen kommt. Um Störungen in einer Kommunikation vorzubeugen, sollten beide Parteien einen identischen und vollständig bekannten Code verwenden, Feedbackschleifen in den Kommunikationsprozess eingebaut werden und beide sollten dem Kommunikationsaustausch grundsätzlich positiv gegenüber stehen.²¹¹

²¹¹ vgl. Peters (2004), S. 17

ÜBERTRAGUNG VON DESIGNWISSEN Nachfolgend wird betrachtet, welche Faktoren eine erfolgreiche Erkenntnisübertragung vom Design auf die Politik erschweren oder begünstigen.

Ein schwieriger Ausgangspunkt ist zunächst, dass das Bild, das Politiker von Designern haben, wie in Kapitel 2.3.2 von Erik Spiekermann festgestellt, wohl zumeist dem des klassischen Formgestalters, oder schlimmer, dem des reinen Dekorateurs entspricht. Es ist nicht schwer, sich vorzustellen, dass viele Politiker daher dem Vorstoß, von Designern nicht in *Inszenierungs*-Fragen sondern in *politischen* Fragen beraten zu werden, zunächst kritisch gegenüberstehen. Michael B. Hardt bezieht hier eine wenig optimistische Position und sieht es dazu als erste Notwendigkeit an, das Bild des Designers zu erneuern und verspieltes Vertrauen zurückzugewinnen: »Solange die Mehrzahl der Designer immer noch verlogene Marketingideen schön verpacken und Design im Bewusstsein der Gesellschaft als Synonym für oberflächliche Verhübschung verstanden wird, wird es nicht gelingen, dieses nötige Vertrauen zu gewinnen.«²¹²

²¹² Michael B. Hardt, in einer Mail an den Autor vom 1.12.2012

Design is a way of looking, of being more actively involved in the world than most people.

Kees Dorst, Designprofessor [Zitat 18]

Um eine fruchtbare Kommunikationsgrundlage zu bilden, muss also zunächst das Bewusstsein für ein erweitertes und verändertes Designverständnis geschaffen werden. Zudem wird es darum gehen, ein Vertrauen in die Vorgehensweise und Methodik des Designers zu schaffen, die auf einem gekonnten Umgang mit Nicht-Wissen basiert. So wird die Vorstellung, an eine Aufgabe heranzugehen, ohne ein konkretes Ergebnis absehen zu können, für viele Politiker zunächst befremdlich sein. Ist dieses grundsätzliche Vertrauen und eine Wertschätzung in die Arbeitsweise gegeben, prägt dies den Wissensaustausch positiv und macht ihn dadurch eher möglich.²¹³

²¹³ vgl. Raeper (2011), S. 74

Ein zweiter Punkt der den Wissensaustausch erschweren kann, sind die zuvor aufgezeigten politischen Strukturen und die Bedeutung von Macht. Der Designer muss sich der Tatsache bewusst sein und bei der Kommunikation berücksichtigen, dass Bewertungen eines Designers immer auch unter dem Aspekt der eigenen Macht eines politischen Akteurs gesehen wird. So sagt der Designer und Theoretiker Wolf Reuter: »Es gibt genügend empirische Evidenz zur Stützung der These, dass letztlich die Macht entscheide, nicht das rationale Argument. Ein Akteur setzt sich gegen noch so gute Argumente durch, weil er Macht besitzt und ausübt, zugunsten seines partikularem Interesse.«²¹⁴

²¹⁴ Reuter (2012)

Allerdings gibt es auch Aspekte, die die Wissensübertragung eines Designers auf die Politik begünstigen. Zwar stellt sich die Frage, ob Politiker und Designer »dieselbe Sprache sprechen«, was oben als notwendig genannt wurde, doch bilden Kommunikation und Informationsaufbereitung einen wichtigen Bestandteil in der Designfähigkeit. Empathische Fähigkeiten verhelfen dem Designer außerdem dazu, sich in die Perspektive anderer versetzen zu können und so in einer diesen verständlichen (visuellen) Sprache zu kommunizieren. Es liegt in der Natur des Berufes, dass es für den Designer »elementar wichtig [ist] zu wissen, wie das Scheitern einer Kommunikation vermieden werden kann.«²¹⁵ Insofern sollte die Aufbereitung einer Information in verständlicher, nachvollziehbarer Weise für den Designer eine lösbare Aufgabe sein.

²¹⁵ Erasmus (2012), S. 62

Hinzu kommt, dass das Nachvollziehbar-Machen eines teilweise auf subjektiven Entscheidungen beruhenden Gestaltungsprozesses ebenfalls Bestandteil seiner Tätigkeit ist. So ist es auch im klassischen Designberuf ratsam, den Kunden während des Prozesses *mitzunehmen*, indem dieser nachvollziehbar dargelegt wird und Entscheidungen erklärt werden. Dadurch wird in der Regel ein Resultat positiver aufgenommen und der Kunde ist überzeugter vom Wert davon, als wenn er dieselbe Gestaltungsarbeit einfach am Ende eines Prozesses als Ergebnis vorgelegt bekäme. Es ist also

nichts Neues für den Designer, *deontische Prämissen*, also subjektive Entscheidungen nachvollziehbar und überzeugend zu begründen. Der Designer und Theoretiker Frederic C. Erasmus nennt als eine wesentliche implizite Fähigkeit von Designern: »Konzeptionalität: Die Fähigkeit, nachvollziehbare Strukturen herauszuarbeiten«²¹⁶.

²¹⁶ Frederic C. Erasmus, in einer Mail an den Autor vom 9.11.2012

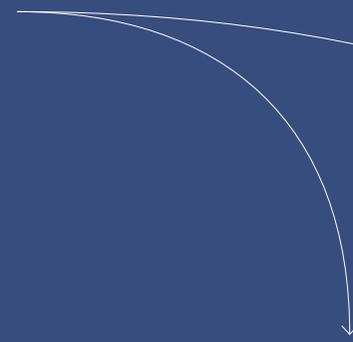
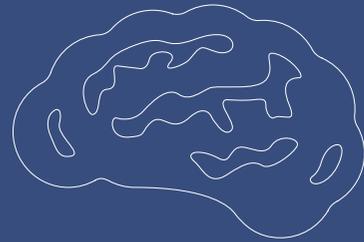
Es wird hier der Standpunkt vertreten, dass viele der das Designwissen auszeichnenden Fähigkeiten zwar bei Designern besonders *stark* ausgeprägt sind, aber ihnen nicht *ausschließlich* vorbehalten bleiben. So schlägt der amerikanische Designtheoretiker Richard Buchanan Design als intellektuelle Grundausbildung mit der Bezeichnung »liberal art« vor und definiert diese als »a discipline of thinking that may be shared to some degree by all men and women in their daily lives and is, in turn, mastered by a few people who practice the discipline with distinctive insight«²¹⁷ und Erasmus betont zusätzlich die Förderbarkeit dieser Ansätze: »Da ich diese Fähigkeiten an sich für Allgemeingut halte und nicht auf das Design beschränken würde, macht es für mich keinen Unterschied, aus welchem Bereich die Akteure kommen. Eine praktische Möglichkeit zur Förderung der in Frage kommenden impliziten Fähigkeiten sind in jedem Fall Kreativitätstechniken.«²¹⁸ Die Tatsache, dass die Grundlagen für das designspezifische Denken auch bei Politikern vorhanden sind, bildet eine gute Voraussetzung für ein Verständnis der Ergebnisse dieser Denkart. Bereits durch den Prozess der gedanklichen Nachvollziehung der Begründung eines Designers, können diese Denkstrukturen wieder trainiert werden.

²¹⁷ Richard Buchanan, zitiert nach Mareis (2011), S. 194

²¹⁸ Frederic C. Erasmus, in einer Mail an den Autor vom 9.11.2012

Mit Blick auf die Ausgangsthese lässt sich zusammenfassen, dass es implizites Wissen gibt, das sich der Designer durch eine spezifische Arbeitsweise im Designprozess aneignet und das sich in Fähigkeiten, Haltungen und Denkweisen ausdrückt. Dieses Designwissen ist prinzipiell allgemein zugänglich, wird aber durch die praktische Tätigkeit im Designprozess besonders gefördert. Es beinhaltet Denkweisen, die sich von dem analytisch-wissenschaftlichen Denken unterscheiden und diesem in den vergangenen Jahrhunderten untergeordnet wurden. Allerdings gibt es Hinweise darauf, dass diese Art des Denkens und der Herangehensweise an zu optimierende Zustände im 21. Jahrhundert an Bedeutung gewinnen wird. Um den politischen Prozess positiv zu beeinflussen, ist es notwendig, die Erkenntnisse aus dem Designwissen möglichst nachvollziehbar und plausibel darzulegen, um sie zu »objektifizieren«. Dabei kommt dem Designer seine allgemeine Vermittlungskompetenz sowie empathische Fähigkeiten zugute. Letztere sind von Bedeutung, um Handlungsweisen des Politikers im Kontext politikspezifischer Besonderheiten, wie der Bedeutung von Macht, zu verstehen und darauf zu reagieren.

5. DESIGNWISSEN IN DER POLITIK



IN DIESEM **FÜNFTEN KAPITEL** STELLT SICH NUN – WIE IN DER **TESTPHASE** DES DESIGNPROZESSES – DIE FRAGE, OB DAS ZUVOR ENTWICKELTE IN DER REALITÄT SEINEN **ZWECK ERFÜLLT**. KONKRET WIRD HIER GEPRÜFT, OB DIE ÜBERTRAGUNG VON DESIGNWISSEN AUF DIE POLITIK ZU **GESELLSCHAFT- LICHEM NUTZEN** FÜHRT.



Es hat sich in den beiden vorangegangenen Kapiteln gezeigt, dass sowohl Design als auch Politik bestrebt sind, durch ihre Tätigkeiten Zustände nach teilweise subjektiven Einschätzungen zu optimieren und dass die dabei zugrunde liegenden Prozesse sich in einzelne Phasen einteilen lassen, deren Funktionen bei Design und Politik vergleichbar sind. Dennoch unterscheiden sich die Prozesse in ihrer Ausprägung, in ihrer Herangehensweise und in ihrem Kontext stark. Der Designer wendet im Gestaltungsprozess Wissen an, das er sich durch die praktische Ausübung angeeignet hat und das ein ganzes Bündel an Fähigkeiten, aber auch grundsätzliche Haltungen und Denkweisen umfasst. Dieses Wissen kann prinzipiell auch von der klassischen Formgebung losgelöst und auf andere Bereiche angewandt werden. In diesem Kapitel steht nun die Übertragung dieser designspezifischen Fähigkeiten auf den konkreten Bereich der Politik im Fokus. Es soll dabei, mit Blick auf aktuelle gesellschaftliche Veränderungsprozesse, insbesondere geprüft werden, ob und welche dieser impliziten Fähigkeiten für eine zukünftige Politik wahrscheinlich an Relevanz gewinnen werden. In diesem Sinne liegt der in der Ausgangsthese verwendete Begriff des *gesellschaftlichen Nutzens* einer solchen Wissensübertragung insbesondere auch darin, der Politik zu einer zukunftsgerichteten Form zu verhelfen, die sich an den Anforderungen einer dynamischen, vernetzten und bürgerorientierten Gesellschaft ausrichtet.

5.1 VERLÄSSLICHE POLITIK IN EINER DYNAMISCHEN GESELLSCHAFT

Die Welt ist in ständigem Wandel und die Geschwindigkeit der Veränderungen scheint kontinuierlich zu steigen. Der Fortschritt führt zu immer kürzeren Perioden, in denen technologische Neuheiten oder bedeutende wissenschaftliche Erkenntnisse präsentiert werden, die Verhalten und Weltbilder der Menschen beeinflussen. In dieser dynamisch sich wandelnden Gesellschaft sind Prognosen immer schwieriger zu treffen und gleichzeitig werden

die Herausforderungen zunehmend komplexer. Es ist Aufgabe der Politik, sich durch Flexibilität an diese Gegebenheiten anzupassen und dennoch gerade jetzt verlässlich zu sein und eine ganzheitliche Politik zu machen.

GANZHEITLICHE POLITIK Häufig werden in der Politik Entscheidungen getroffen, die sich nach kurzer Zeit als nicht durchdacht und nicht weitsichtig herausstellen. Als Ursache für dieses häufig negativ als *blinden Aktionismus* betitelte Phänomen sieht die Designtheoretikerin Felicidad Romero-Tejedor fehlende Einbildungskraft: »Der gesellschaftliche Mangel an Einbildungskraft wird heute drastisch sichtbar in der Politik. Momentane politische Entscheidungen kurieren nicht einmal mehr die Symptome. Sie funktionieren nach dem Prinzip »Reiz und Reaktion« und werden bisweilen schon nach ein paar Tagen zurückgenommen.«²¹⁹ Eine wesentliche Rolle kommt bei diesem Verhalten aber zweifellos auch den zum Wesen des politischen Systems gehörenden Wahlzyklen und den daraus resultierenden kurzen Denkzyklen der politischen Akteure zu. Der bereits mehrfach erwähnte Planungstheoretiker Horst Rittel hat sich insbesondere mit den Prozessen in der Politik befasst und ebenfalls konstatiert, dass »eine Neigung politischer Entscheidungsträger zu kurzfristigen Planungen mit möglichst sichtbarem Erfolg [besteht] und zwar unter Hintenanstellung langfristiger Planungen zu Lasten späterer Generationen«²²⁰ und »obwohl sich bei einiger Sorgfalt gewisse Konsequenzen hätten berücksichtigen lassen, wird nur im Hinblick auf den unmittelbaren Nutzen gehandelt. Wahlgeschenke, Raubbau an natürlichen Ressourcen, Blindheit gegenüber wachsenden sozialen Spannungen sind an der Tagesordnung.«²²¹ So sind es häufig machtpolitische Taktiken oder parteipolitische Abkommen, die zu politischen Schnellschüssen führen, während bedeutende Entscheidungen aufgeschoben werden.²²²

In Rittels Texten wird der Vorwurf einer mangelnden Vorausschau und langfristiger Zielsetzung regierender Parteien deutlich. Der Professor für Designtheorie Friedrich von Borries stellt die

²¹⁹ Romero-Tejedor (2007), S. 29

²²⁰ Rittel (1992), S. 67

²²¹ a. a. O., S. 238

²²² vgl. hierzu auch Kapitel 3.5 zum Stichwort »Opportunity Costs«.

²²³ Friedrich von Borries, in
SWR 2 (2012a), bei 24:22 min

aktuelle Politik in einer Gesprächsrunde als »softe Transformation« ohne »große gesellschaftspolitische Visionen«²²³ dar. Er veranschaulicht dies am Beispiel des Kühlschranks und dessen verbesserter Energiebilanz als softe Form der Umweltpolitik: »wir haben keine wirklichen Alternativen, wir bekommen kein Bild ›Essen ohne Kühlschrank‹ um es mal so ganz alltagspraktisch zu setzen und das ist glaub das Zeitphänomen und deshalb kann man sich jetzt überschlagen mit immer neuen Kühlschränken und dann gibt's irgendwann mal die mit sechs ›A‹ und so weiter und so fort, aber wir haben weder eine Utopie, noch ein Wunschbild, noch eine Gegenvision zu dem, was da ist.«²²⁴ Wie bereits dargestellt, unterscheiden sich politische Prozesse von solchen im Design mitunter dadurch, dass nur mehrheitsfähige Lösungen durchsetzbar sind, die dann häufig in Form von Kompromissen zu diesen weichen Veränderungen führen. So stellen Parteien in ihren Programmen zwar Visionen dar (die aufgrund genannter Mehrheitsfähigkeit sich meist nicht grundlegend vom Bestehenden unterscheiden, sondern eher einzelne Aspekte wie Umwelt, Wirtschaft oder Familie besonders betonen), die kurze Taktung im politischen System führt aber häufig zur Vernachlässigung langfristiger Ziele in Richtung dieser Visionen.

²²⁴ Friedrich von Borries, in
SWR 2 (2012a), bei 24:39 min

Gelegentlich fällt auch das Erkennen einheitlicher Visionen politischer Koalitionen schwer. So wurde in einer Politiksendung kürzlich bei der christdemokratischen Partei eine »multiple Parteilichkeit« diagnostiziert, weil sie einerseits durch die Schaffung von Kindertagesstätten erreichen will, dass Eltern arbeiten gehen können, gleichzeitig aber durch Einführung des Betreuungsgeldes Anreize schafft, dass Eltern zuhause bleiben. Begründet wurde dies in der Sendung durch die Hin- und Hergerissenheit zwischen Konservativität und Modernität.²²⁵

²²⁵ Berlin Direkt (2012),
bei 00:10 min

Ein ausgeprägtes ganzheitliches Denken kann den Fähigkeiten zugerechnet werden, die bei Designern meist in besonderem Maße vorhanden sind. So denkt der Designer in Zusammenhängen und

fragt sich bei seiner praktischen Tätigkeit, wie eine *Einzelentscheidung* in den *Gesamt*-Kontext passt. Als praktisches Beispiel sei hier die Erstellung eines Corporate Designs genannt, das zu Identität und Vision eines Unternehmens passen muss. Auf die Politik übertragen, würde er also ein einzelnes politisches Programm stärker im Kontext der politischen Vision betrachten und seine Konsequenzen in diesem Sinne berücksichtigen. Felicidad Romero-Tejedor benennt als eine Eigenschaft des neuen Designtypus, die in der Politik fehlt, »die Dinge in ihren Konsequenzen [zu] bedenken und dann erst dies in einem politischen Design zu präsentieren.«²²⁶ Bezug nehmend auf den Aktionismus in der Politik bestehe heutiges »Design in der Politik (wenn man das so frivol sagen darf) [...] häufig aus punktuellen Momenten, punktuellen Entscheidungen, die sich danach, wenn sie im Zusammenhang mit den komplexen Parametern der Gesellschaft konfrontiert werden, als falsch erweisen. Dann kommt die Politik und beginnt wieder mit ihren Retuschen, ohne wirklich vernetzt zu denken.«²²⁷

²²⁶ Felicidad Romero-Tejedor, in
einer Mail an den Autor vom
28.11.2012

²²⁷ ebd.

» Von der Frage: Was können wir tun? muss der Frage nachgegangen werden: Wie müssen wir denken? «
Joseph Beuys. Künstler und Kunsttheoretiker. [Zitat 19]

So kann beispielsweise angezweifelt werden, ob das aktuell diskutierte Erneuerbare-Energien-Gesetz mit seiner Entlastung von stromintensiven Unternehmen wirklich ganzheitlich durchdacht ist, da es Unternehmen Anreize schafft, gezielt mehr Strom zu verbrauchen, wie Bernd Drechsel, Geschäftsführer eines Textilunternehmens, beklagt: »Es gibt Unternehmen, die verbrauchen zusätzlichen Strom in sechsstelliger Höhe, um entsprechend Energieumlagen zu sparen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht vollkommen sinnvoll aber aus ökologischer Sicht und aus moralischer Sicht eigentlich komplette Konterkarierung der Energiewende.«²²⁸ Bei diesem Beispiel drängt sich die Frage auf, welche subjektiven

²²⁸ Fakt (2012), bei 02:56 min

Prämissen hierbei den Gestaltungsprozess beeinflusst haben und inwieweit hier die Macht großer Unternehmen unter dem finanziellen Aspekt eine Rolle gespielt haben.

Auch das offene Denken im Sinne eines visionären Denkens ist Teil der Design-Fähigkeiten und gehört zum Teil seiner Tätigkeit. So wird der Kreative im wirtschaftlichen Kontext gerade dafür geschätzt, dass er gewohntes hinterfragt und darüber hinausdenkt. Er »kann sich Dinge vorstellen, die nicht existieren – und er kann diese Vorstellung darstellen und kommunizieren. Er kann Illusionen schaffen, aber auch Visionen gestalten. [...] Wir leben in einer Zeit des Überflusses an Illusionen und einem Mangel an Visionen. Die potentiellen Visionäre der Gesellschaft, die Künstler und Designer, gefallen sich in ihrer Rolle als Realitätsverhübscher und versagen in ihrer eigentlichen gesellschaftlichen Aufgabe.«²²⁹ Diese gesellschaftliche Aufgabe könnte im Politischen liegen. Eckard Minx und Harald Preissler fordern, das »Suchfeld« für Innovation und Fortschritt zu erweiter[n], und zwar vom derzeitigen technischen und ökonomischen Fokus hin auf das weite Feld sozialer Innovationen. Wir brauchen wieder den Mut zur Formulierung von Sozialutopien.«²³⁰

Der bereits in Kapitel 4.2 vorgestellte Ausdruck des *odysseischen Denkens* führt das ganzheitliche- und das visionäre Denken zusammen. Dabei ist nicht der Charakter des Odysseus gemeint, der sich als heldenhafter Einzelkämpfer nicht mit dem eines demokratisch denkenden Politikers deckt, sondern seine Irrfahrt ist als Metapher für eine gewisse Art zu verstehen, ein Ziel anzusteuern. Eine Politik, auf die sich die Bürger verlassen können und deren Entscheidungen sie nachvollziehen können, braucht ein klares Ziel, eine Vision. Mit dem Bild des Odysseus gesprochen, würde die Politik so bei allen Entscheidungen und Hindernissen stets die Vision im Blick haben und danach handeln. Das würde zu einer Politik führen, die weniger punktuelle Entscheidungen trifft, die kein Gesamtbild erkennen lassen.

Einen solchen ganzheitlichen Entwurf angesichts komplexer werdender Herausforderungen sah der Politologe und Futurologe Ossip Flechtheim bereits 1970 als vonnöten: »Die automatische Selbstregulierung einer immer komplexeren großen Weltgesellschaft wird eher unwahrscheinlicher. So wachsen die Gefahren, die Natur und Gesellschaft, die Menschheit und den Menschen, seine Kulturinhalte und -formen bedrohen. Entwurf und Plan im weitesten Sinne werden daher immer unerlässlicher, wollen wir nicht nur überleben, sondern in einem humanen Habitat weiterleben.«²³¹

FLEXIBLE POLITIK An der Metapher der Odysseus'schen Irrfahrt lässt sich auch zeigen, dass der Weg in Richtung eines Ziels häufig nicht linear verläuft, sondern es unvorhersehbare Turbulenzen und neblige Abschnitte geben kann. Auf die Politik übertragen bedeutet das, dass sie sich von der Vorstellung verabschieden muss, ein Ziel immer durch exakt geplante und kontrollierbare Schritte erreichen zu können.

Die Problemstellungen, mit denen die Politik zu tun hat, sind hochkomplex und die Komplexitätsforschung sieht in der Unvorhersagbarkeit des Verhaltens ein wesentliches Merkmal komplexer Systeme. Damit ist die Vorstellung, wie sie beispielsweise noch Newton hatte, von einer deterministischen Welt, die sich vergleichbar mit einem riesigen, mechanischen Uhrwerk auf ewige und klare Gesetze zurückführen ließe, nicht länger haltbar.²³² Günter Küppers nennt diese theoretisch begründbare Unvorhersehbarkeit der Entwicklung komplexer Prozesse eine »Revolution unserer Welt-sicht«²³³, weil dadurch die Idee der exakten Planbarkeit sehr in Frage gestellt wird. Dies zieht nach sich, dass Eingriffe in komplexe Systeme einen stets ungewissen Ausgang nehmen werden, »nicht weil wir noch nicht alles wissen, sondern weil wir im Komplexen bestimmte Dinge nie wissen werden.«²³⁴ In seinem Buch »Politik neu denken« stellt Peter Döge die Politik in den Kontext der, sich in den Naturwissenschaften abzeichnenden, Abkehr des dualistischen Weltbildes. Für die Politik bedeutet dies unter anderem, dass

²²⁹ Michael B. Hardt, in einer Mail an den Autor vom 1.12.2012

²³⁰ Minx, Preissler (2004), S. 262

²³¹ Ossip K. Flechtheim, in Conrads, Stromberg, Teut (1972), S. 43

²³² vgl. Scrobel (2008) bei etwa 07:00 min

²³³ Küppers (2004), S. 55

²³⁴ ebd.

das duale Bild der *Regierenden* auf der einen und den *Regierten* auf der anderen Seite der weitaus komplexeren und vernetzten Realität nicht gerecht wird. Vielmehr ist die Politik in einem systemischen Zusammenhang mit dem sie stets umgebenden, sozialen Raum zu verstehen. »Ein nichtdualer Ansatz von Politiktheorie und -analyse legt nahe, dass Politik viele Orte und viele Akteure besitzt. Politisches Handeln ist dabei stets mit einer dynamischen und unbestimmten, nicht-determinierten sozialen und bio-physikalischen Umwelt konfrontiert. Die Zukunft ist immer offen.«²³⁵

²³⁵ Döge (2012), S. 149

Dennoch scheinen viele Politiker in der Lage zu sein, exakte Vorhersagen treffen zu können und bereits lange im Voraus zu wissen, welches die richtigen Schritte sind. Bereits zitierter Friedrich von Borries greift dieses vermeintliche Allwissen auf und legt dar, dass er es als befreiend empfunden habe, dass die Occupy-Bewegung eben *keinen* konkreten Plan vorgelegt hätte, »weil das ja auch so nervig ist bei den heutigen Politikern, die behaupten dann ja auch immer noch, dass das, was keine Lösungen sind, ihre Lösungen wären.«²³⁶ Dass Politiker sich so darstellen, dass sie auf alle Fragen eine sichere Antwort wüssten, liegt sicher auch wiederum am konkurrenzgeprägten politischen System und auch am Anspruch weiter Teile der Gesellschaft und der Medien, die sich nach Sicherheit sehnen. Denn »der Begriff ›Ungewißheit‹ [sic] ist heute meist negativ besetzt. In strukturierten Kommunikationsprozessen kann dagegen die Grundlage dafür geschaffen werden, Ungewißheit [sic] nicht als Bedrohung, sondern als Chance zu verstehen, als Chance zur Entscheidung und zur Offenheit für Neues.«²³⁷

²³⁶ Friedrich von Borries, in SWR 2 (2012a), bei 25:11 min

²³⁷ Minx, Preissler (2004), S. 265 f.

Während Design im Kapitel 4.2 als Praxis des *Unwissens* bezeichnet wurde, stellt sich die Politik in diesem Sinne häufig als Praxis des *Allwissens* dar. In einer von Ungewissheit geprägten Welt ist es aber wichtig, flexibel auf Veränderungen reagieren zu können. Und eben die häufig mangelnde Selbstreflexion bei Politikern birgt die Gefahr, diese Flexibilität einzuschränken, wie Peter Döge unter Bezugnahme auf ein konstruktivistisches Wirklichkeitsempfinden darlegt: »Die Ergebnisse der Neurobiologie legen

nahe, dass Wirklichkeitsbeschreibungen stets mentale Konstrukte sind. Die Fähigkeit, über Wirklichkeitsdeutungen und deren Genese nachdenken und diese jederzeit korrigieren zu können, ist [...] als eine zentrale Kompetenz zukunftsfähiger Organisationen, das heißt von Organisationen, die in der Lage sind, sich wechselnden Umweltbedingungen jeweils erfolgreich anzupassen und entsprechende Strategien zu entwickeln, zu sehen.«²³⁸ Diese Erkenntnis bedeutet freilich nicht, dass ein Politiker keinen festen Standpunkt vertreten sollte, er sollte sich aber stets der Subjektivität dieser Position bewusst sein und sich nicht grundsätzlich anderen Positionen verschließen.

²³⁸ Döge (2012), S. 151

Nach einer Ausführung eben der Schwierigkeit, das Unvorhersehbare anzunehmen und damit konstruktiv umzugehen, stellt Bernhard von Mutius die Fragen in den Raum, ob diese neue Sicht denn nun bedeute, dass Expertenwissen unnützlich, Entscheidungen beliebig und zielgerichtetes Handeln zur Illusion würden und beantwortet diese mit: »Keineswegs. Es heißt allerdings, eine andere, offene, weniger selbstgewisse Haltung anzunehmen und nicht mehr so zu tun, als könnten wir doch mit irgendwelchen Tools oder Tricks die komplexe Welt überlisten und in eine exakt berechenbare und steuerbare verwandeln.«²³⁹

²³⁹ von Mutius (2007), S. 109

Eine veränderte Einstellung gegenüber der Ungewissheit, sowohl von der Gesellschaft als auch der Politik selbst, ist notwendig und die Tatsache der prinzipiell langfristigen Nichtplanbarkeit ist anzuerkennen. Ein, unter Bezug auf Kapitel 4.2, eher interpretativer als analytischer Ansatz werden notwendig sein, um damit umzugehen. Wie aktuell bei der Griechenlandkrise zu sehen ist, muss man sich davon verabschieden, sich auf langfristige Pläne zu versteifen. Es zeigt sich hier deutlich, wie die Politik immer wieder versucht, klar kalkulierte Pläne aufzustellen, diese dann aber innerhalb von Monaten oder Wochen wieder revidieren muss. Das Finanzsystem, die Wirtschaft, die Bürger Europas und vieles mehr bilden ein System, das zu komplex ist, um hier langfristige Vorhersagen treffen und danach systematisch Pläne aufstellen zu können.

Als möglichen Ansatz, auf diese Ungewissheit zu reagieren, sieht Peter Döge, die Vielfalt unterschiedlicher Denkweisen bewusst zu nutzen: »Um jeweils situationsadäquate Handlungs- und Problemlösungsstrategien formulieren zu können, sollten soziale Akteure zu jeder Zeit auf unterschiedliche gedankliche Konzepte [...] zurückgreifen können.«²⁴⁰ Küppers sieht die Zukunft in der Verlagerung der exakten Berechnung hin zur offeneren Lösungsfindung: »Die politische Funktion der Wissenschaft ist nicht mehr die der Berechnung oder der Prognose, sondern die einer experimentellen Begleitung gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse. [...] Denn Planung im Sinne theoretisch bestimmter und kontrollierter Handlungsschritte auf dem Weg zu vorgegebenen Zielen wird immer von der Wirklichkeit überrollt und wird zum eigentlichen Risiko moderner Gesellschaften werden. Bei der Gestaltung unserer Zukunft müssen wir uns darauf einstellen.«²⁴¹

²⁴⁰ Döge (2012), S. 149

²⁴¹ Küppers (2004), S. 56

Wirkungsvolles Handeln erfordert großzügiges
und phantasievolles Denken.

John Dewey, Philosoph und Pädagoge [Zitat 20]

Wie bereits ausgeführt, ist die Vorgehensweise im Designprozess meist so, dass zwar eine feste Wissensgrundlage durch eine vielschichtige Recherche besteht und der Designer auch eine klare Vision davon hat, was das Ergebnis des Prozesses erfüllen soll. Ein klares Bild formt sich aber erst im Laufe des Prozesses, da auch hier eine feste Planbarkeit der Einzelschritte, ausgeschlossen ist. Während des Prozesses ergeben sich neue Umstände, neue Muster werden erkannt und auf Veränderungen in der Umwelt muss reagiert werden, ohne dabei das Ziel aus den Augen zu verlieren. Dieses Vorgehen lässt sich auch auf gesellschaftliche Prozesse übertragen, wenn die wissenschaftlich-analytischen Methoden der Komplexität nicht mehr gerecht werden. »Mit Komplexität umzugehen und kreative Lösungen trotz unsicherer Situationen realisie-

ren zu können, wird umso stärker in der Gesellschaft benötigt, je rascher sich die Gesellschaft wandelt und je pluralistischer sie sich auffächert.«²⁴²

²⁴² Häußling (2010), S. 156

5.2 LÖSUNGSORIENTIERTE POLITIK IN EINER VERNETZTEN GESELLSCHAFT

An dieser Stelle soll kurz auf den Begriff der *Netzwerkgesellschaft* eingegangen werden, der von dem Soziologen Manuel Castells geprägt wurde und als Zeitalter globaler Netzwerke die Industriegesellschaft ablöst. Wie die Bezeichnung nahelegt, ist das Netzwerk die charakteristische Struktur dieser Gesellschaftsform, wobei sich der Begriff dabei nicht nur, wie im ersten Moment gedacht werden könnte, auf die Technologie bezieht. Die Netzwerkgesellschaft ist gekennzeichnet von einer globalen netzförmigen Struktur, bestehend aus Information, Technik, Macht und Kapital. So sind auch multinationale Unternehmen, Firmennetzwerke und globale Handelsnetze Ausdruck dieses Zeitalters. Dennoch hat das Aufkommen neuer Kommunikationsmedien diesen Wandel maßgeblich beeinflusst, bietet die Infrastruktur für eine interaktive Informationsbearbeitung und ist daher Voraussetzung, aber alleine nicht ausreichend als Treiber für die Umgestaltung sozialer Strukturen.²⁴³ Neben dieser informationstechnologischen Revolution zählt Castells die »Krise des industriellen Kapitalismus und die Auflösung des nationalstaatlichen Etatismus, die zu dezentralen Formen der Wirtschaft und Politik geführt haben; und schließlich das Aufblühen sozialer Bewegungen, die sich gegen die Herrschaft der globalen Systeme zur Wehr setzen«²⁴⁴ zu den Merkmalen der Netzwerkgesellschaft. Einen besonderen Stellenwert kommt dabei dem Umgang mit *Information* zu, da diese »den Rohstoff vernetzter Handelsprozesse [bildet], in denen der Mehrwert vor allem über den Austausch von Daten, Kenntnissen und professionellem Know-how produziert wird.«²⁴⁵ Die Anwendung und der Austausch von Wissen zur Erzeugung neuen Wissens ist also von zentraler Bedeutung.

²⁴³ vgl. Haas (2011), S. 33 ff.

²⁴⁴ Heidbrink (2003)

²⁴⁵ ebd.

»Die Stärke der Netzwerkgesellschaft liegt, ganz im Gegenteil zu früher herrschenden starren Strukturen, in der Flexibilität, der Anpassungsfähigkeit und den Möglichkeiten zur Umstrukturierung.«²⁴⁶

²⁴⁶ Haas (2011), S. 41

Mit Blick auf die institutionelle Politik stellt sich nach diesen Ausführungen die Frage, inwieweit diese sich bereits dem, mit der Netzwerkgesellschaft einhergehenden gesellschaftlichen Wandel und veränderten Denkweisen angepasst hat. Es können gesellschaftliche Paradigmenwechsel als eine Folge dieses Wandels begriffen werden, wie der Übergang vom materiellen Besitz zum Nutzen bei Bedarf (zum Beispiel in Form von Car-Sharing oder Musikstreaming-Diensten), das Auslagern von faktischem Wissen oder der Bedeutungszuwachs kollaborativen Arbeitens. Insgesamt bietet dieser Wandel für die Politik auf der einen Seite enorme Chancen, fordert aber auch eine Öffnung und die Bereitschaft für Veränderungen. So erfordert eine vernetzte Gesellschaft in vielerlei Hinsicht auch vernetzteres Denken und die gedankliche Überwindung von Disziplingrenzen, territorialen Grenzen, ideologischen Grenzen und Grenzen des als *möglich* Gesehenen. In diesem Abschnitt sollen Denkweisen aufgezeigt werden, die im Sinne einer offeneren und vernetzten Gesellschaft sind und insbesondere in der Phase der Lösungsfindung komplexer Problemstellungen großes Potential entfalten können.

»Fast alles, was wir machen, ist alternatives!«

Martin Lindner, FDP-Politiker [Zitat 21]

ERGEBNISOFFENE POLITIK Eine ergebnisoffene Politik meint die Erweiterung des Alternativraums, in dem nach politischen Handlungsmöglichkeiten gesucht wird. Dadurch erhöht sich die Anzahl potentieller Lösungsmöglichkeiten und die Gefahr, dass Entscheidungen nur aufgrund mangelnder Alternativen getroffen werden, wird verringert, wodurch wiederum das Ziel unterstützt wird, einen Ausgangszustand auf möglichst effektive Weise und ohne unerwünschte Nebeneffekte zu optimieren.

Hierfür ist eine grundsätzliche Offenheit nötig, bekannte Wege und Denkweisen zu verlassen und den Blick zu weiten. Wie oben genannt, ist es im konstruktivistischen Sinne eine menschliche Eigenschaft, dass das Gehirn eine subjektive und kontextgebundene Wirklichkeit konstruiert. Folglich ist es keinem Menschen möglich, eine objektive Entscheidung zu treffen, denn jede (zwangsläufig) getroffene »Entscheidung für eine Weltsicht bzw. für eine (wissenschaftliche) Theorie reduziert [...] den Denkraum und damit verbunden immer auch den strategischen Raum.«²⁴⁷ In anderen Worten bedeutet dies, dass viele Politiker aufgrund ihrer subjektiven Prägung den Raum, in dem sie nach Möglichkeiten suchen, von vornherein einschränken. Der Journalist Hans Leyendecker stellt in Bezug auf den Umgang mit Experten-Wissen in der Politik fest: »Für Politiker gilt, dass sie sehr häufig schauen: was passt in mein Bild? Das wird genommen, alles andere wird ignoriert.«²⁴⁸ Dies ist ein Beispiel dafür, wie durch die persönliche Meinung eines politischen Akteurs der Handlungsspielraum bereits sehr früh eingeschränkt wird, und keine offene Alternativensuche zulässt. Diese Subjektivität zu erkennen und die damit verbundene Schwäche der eigenen Meinung anzuerkennen, ist wesentliche Bedingung, bewusst dagegen vorzugehen und den Denkraum wieder zu öffnen.

²⁴⁷ Döge (2012), S. 150

²⁴⁸ Hans Leyendecker, in SWR 2 (2012b), ab 20:52 min

»Problemlösungsverhalten besteht vor Allem in der Suche nach guten Alternativen und die Designwissenschaft beschreibt Mechanismen, mit deren Hilfe man Alternativen generieren kann.«

Norbert Bolz, Kommunikationstheoretiker [Zitat 22]

Ein Beispiel für diese, nicht in einem neutralen Raum gesetzten Prioritäten im großen politischen Rahmen nennt der Philosoph Slavoj Žižek: »Vergleichen wir mal die Reaktion der Großmächte weltweit auf die Finanzkrise mit ihrem Verhalten auf dem Klima-

gipfel von Kopenhagen. Der Finanzkrise räumten sie absoluten Dringlichkeitsstatus ein. Innerhalb einer Woche wurden unvorstellbare Summen mobilisiert. Dort, wo das Überleben des Kapitalismus beziehungsweise des Bankensektors auf dem Spiel steht, ist sehr schnelles Handeln möglich. Wie aber sieht die Antwort aus, wenn es um unser aller Überleben geht?»²⁴⁹

²⁴⁹ Slavoj Žižek, zitiert nach Rigault (2010)

Zwei Begriffe, die von der Politik gerne verwendet werden sind »Sachzwang« und »alternativlos«. Der häufige Missbrauch des letzteren Begriffes insbesondere durch Angela Merkel, führte dazu, dass dieser zum Unwort des Jahres 2010 gekürt wurde. Die Jury begründete die Auswahl damit, dass das Wort »sachlich unangemessen [suggeriert], dass es bei einem Entscheidungsprozess von vornherein keine Alternativen und damit auch keine Notwendigkeit der Diskussion und Argumentation gebe.«²⁵⁰

²⁵⁰ Horst Dieter Schlosser, zitiert nach Zeit-Online (2011)

Politiker nutzen diese rhetorische Figur gerne, weil sie den Eindruck vermittelt, dass Gesetzmäßigkeiten und gegebene Umstände ihnen eine bestimmte Handlung aufzwingen. »Es ist ein Trick, um ›ein Soll vom Ist abzuleiten.«²⁵¹ Horst Rittel erkannte dieses Phänomen als wesentlich für den politischen Prozess und verfasste dazu einen mehrseitigen Text mit dem Titel »Sachzwänge – Ausreden für Entscheidungsmüde?«. Darin stellt er dar, dass Entscheidungen nie von äußeren Umständen diktiert werden, sondern Sachzwänge immer auf stillschweigenden Grundvoraussetzungen beruhen. Wissenschaften liefern beispielsweise ausschließlich faktische und sachliche Aussagen und niemals einen Sollsatz. Wird daraus eine Handlungsempfehlung abgeleitet, so liegt dieser mindestens eine subjektive Soll-Prämisse zugrunde. Rittel führt den Begriff der »Konstruktionen« ein, womit er alles meint, was prinzipiell denkbare Entscheidungsmöglichkeiten ausschließt. Als Beispiele nennt er unter anderem die Konstruktionen, dass etwas nicht über einen bestimmten Betrag kosten darf, also eine Einschränkung durch finanzielle Grenzen, oder dass Grundbesitz-Enteignungen auszuschließen sind, also Einschränkungen durch Grenzen aufgrund einer politischen Weltanschauung.²⁵²

²⁵² vgl. a. a. O., S. 171 - 181

Zweifellos sind Konstruktionen sinnvoll und notwendig. Es ist aber auch wichtig, dass sich Politiker der Subjektivität dieser bewusst sind, und darüber, dass der dadurch gebildete Rahmen für mögliche Entscheidungsfindungen nicht von einer Sache (wie der Sachzwang nahelegt), sondern von Subjekten definiert wird und dieser nicht generell unveränderlich ist.

Dieses Bewusstsein und das kritische Hinterfragen von Prämissen ist für eine zukunftsgerichtete und auf Veränderungen flexibel reagierende Politik unerlässlich. So legt Bernhard von Mutius' Aussage nahe, dass zu lange an einem Paradigma des ständig fortschreitenden Wirtschaftswachstums festgehalten wurde: »We went wrong, weil wir die Zukunft in den alten mentalen Modellen der Industriegesellschaft gedacht haben – als Fortschritt des ›Immer mehr«, mit einem zu einfachen und einseitigen, mechanistischen und linearen Denken, das keine echten Krisen, keine wirklichen Konflikte und keinerlei Ungewissheit kennen wollte.«²⁵³ So sollte jede politische Strategie die Veränderlichkeit von Prämissen und Konstruktionen berücksichtigen.

²⁵³ von Mutius (2007), S. 42

Die bewusste Erweiterung des Entscheidungsspielraumes nennt Rittel bezeichnenderweise »Innovationspolitik«²⁵⁴. Es wurde zuvor bereits anhand der Designtätigkeit der Zusammenhang zwischen Kreativität und Varietät der Lösungsansätze dargestellt, der sich auch in anderen Tätigkeitsfeldern erkennen lässt und ebenfalls auf die Politik anwendbar ist. Allerdings sind Politik und Kreativität Begriffe, die nicht direkt miteinander assoziiert werden, da die Politik »Impulse von außen in so geringem Maße [zulässt], dass der Begriff Kreativität eigentlich systeminkompatibel scheint.«²⁵⁵ Eine Überwindung dieses scheinbaren Widerspruchs böte großes Potential insbesondere bei der Lösung komplexer gesellschaftlicher Probleme. »Wenn wir als Gesellschaft besser werden wollen, müssen wir das Denken außerhalb der Bahnen des Gewohnten fördern. Wir müssen begreifen, dass die gute Idee der wichtigste Rohstoff des 21. Jahrhunderts ist, und dies eben nicht nur ökonomisch gesprochen.«²⁵⁶

²⁵⁴ vgl. Rittel (1992), S. 266

²⁵⁵ Thomas Ramge, zitiert nach Stiftung neue Verantwortung (2012)

²⁵⁶ ebd.

Der Designer durchläuft in seiner Tätigkeit bewusst ein Stadium, in dem er offen und unreflektiert Ideen sammelt und das häufig als ein Teil der »kreativen Phase« bezeichnet wird. Auf Grundlage der Erkenntnis, dass eine große Anzahl von Alternativen die Findung einer angemessenen Lösung begünstigt, generiert er eine Masse an zunächst unreflektierten Ideen und Ansätzen und nutzt dabei bewusst oder unbewusst Methoden wie beispielsweise das Ausgehen von nicht-realen Situationen; auf die Politik übertragen hieße das, bei der Alternativenbildung bewusst einzelne Konstruktionen zu eliminieren. Dabei geht es »um die Vermeidung des allzu schnellen ›Sortierens‹ von richtigen und falschen Argumenten. Statt nach schnellen Lösungen zu suchen, geht es zunächst um die Erarbeitung und Erweiterung unseres Optionsraumes.«²⁵⁷

²⁵⁷ Minx, Preissler (2004), S. 265

Politiker benutzen sehr selten kreative Ideenfindungsmethoden zur Lösung gesellschaftlicher Probleme. Designer verfügen über diese Werkzeuge und könnten als Moderatoren bei der Erstellung politischer Programme hilfreich sein.

Michael B. Hardt, Kommunikationsdesigner und Designberater [Zitat 23]

Ein praktisches Beispiel dafür, wie ein Verlassen gewohnter Denkwege zu neuen Lösungen führen kann, liefern Kobuss und Hardt anhand eines Waschmaschinen-Konzepts. In der bisherigen Situation haben Waschmaschinen-Hersteller kein Interesse daran, dass ihre Produkte langlebig sind, im Gegenteil sind sie sogar so konstruiert, dass sie nach etwa 2500 Waschgängen kaputt gehen. In der Regel lohnt sich eine Reparatur im Vergleich zu einer Neuananschaffung nicht und der Service der Hersteller wird durch Preisdruck und Auslagerung nach Asien eingeschränkt. Die beiden Autoren berechnen für einen Waschgang mit Waschmaschine, Wasser, Waschmittel und Energie Kosten von 68 Cent. Würden sich Waschmaschinen-Hersteller, Waschmittel-Produzenten, Was-

ser- und Energielieferanten zusammenschließen, wäre ein Konzept denkbar, in dem der *Nutzer* (einstmals *Verbraucher*) kostenlos eine Maschine bekommt und die 68 Cent direkt pro Waschgang bezahlt.

Dadurch könnten, ohne dass es für den Kunden teurer wird, alle beteiligten Firmen ihre Umsätze steigern, indem die Maschine weniger Wasser, Strom und Waschmittel verbrauchen würde und langlebiger wäre, was auch der Umwelt zugute käme. Der Kunde würde neben den entfallenden Anschaffungskosten von einem verbesserten Service profitieren, da die Unternehmen nur mit einer funktionierenden Waschmaschine Geld verdienen. So wäre durch ein leichtes Umdenken des Gewohnten eine Situation konzipierbar, von der alle Beteiligten und die Umwelt profitieren würden.²⁵⁸

²⁵⁸ vgl. Hardt, Kobuss (2012), S. 196 ff.

Impulse aus diesem Vorgehen in die Politik zu übernehmen, Offenheit für unkonventionelles und das kritische Hinterfragen von vermeintlich unveränderbaren Einschränkungen, kann zu kreativen und effektiven politischen Lösungen führen. »Ab dem Moment, da Demokratie nicht mehr als unantastbare heilige Kuh betrachtet wird, geht es darum, sich wieder mit der Demokratie zu befassen, sie als ein Potential zu betrachten, die permanente Veränderung im Sinne einer Verbesserung zu betreiben, das Demokratische zu gestalten, zu designen. Das heißt im wahrsten Sinne des Wortes auch, ihr eine neue Form zu geben [...] Im Gegensatz zu vielen Design Prozessen geht es auch hier nicht um ein Schlussziel, sondern um einen bewussten unbeendbaren Prozess der permanenten Verbesserungen.«²⁵⁹

²⁵⁹ Baur (2011), S. 26

SACHORIENTIERTE POLITIK In diesem Abschnitt geht es um die bewusste Öffnung gegenüber Ideen anderer politischer Akteure und um die Nutzung dieser Meinungsvielfalt.

Wir leben in einer pluralistischen Gesellschaft mit unterschiedlichen Werten und unterschiedlichen Vorstellungen einer »guten« Welt, was als sehr positiv und wertvoll zu bewerten ist. Allerdings steht heute häufig dieser »Vielzahl von Denkansätzen ein Mangel an Fähigkeiten und Möglichkeiten, manchmal auch an

²⁶⁰ Minx, Preissler (2004), S. 257

Willen gegenüber, andere Ideen und Standpunkte in die eigenen Überlegungen einzubeziehen.«²⁶⁰ Bei der politischen Redekultur sind *Debatten* von wesentlicher Bedeutung, parteiübergreifende *Dialoge* dagegen kaum vorhanden. »Dialogische Verfahren unterscheiden sich von Diskussionen grundlegend darin, dass sie nicht auf Durchsetzung einer richtigen Meinung angelegt sind, sondern auf Entwicklung eines gemeinsamen, tragfähigen Denkraums in Gruppen.«²⁶¹

²⁶¹ Döge (2012), S. 152

DEBATTE/ DISKUSSION	DIALOG
wissen	herausfinden
antworten	fragen
gewinnen oder verlieren	teilen
ungleich	gleich
Macht	Respekt oder Anerkennung
einen Punkt beweisen	zuhören
eine Position verteidigen	neue Möglichkeiten erforschen

Abb. 20
Gegenüberstellung von Dialog und Debatte

Die häufige Grundhaltung, seine eigene Position gegen allen Widerstand zu verteidigen, anstatt die Argumente anderer aufzunehmen und konstruktiv zu reflektieren, zeigt sich häufig auch in Politiktalkshows. Dieses typische Merkmal vieler Politiker wird in einer Kolumne aus dem Jahr 2002 aufgegriffen und unter der Überschrift »Wie werde ich Politiker? Nummer 1: Beantworten Sie keine Fragen« in humoristischer Form dargestellt:

»Sie brauchen zunächst mal einen Text, den Sie auswendig lernen müssen. Diesen Text möglichst oft vorzutragen, gegebenenfalls in Bruchstücken, ist Sinn Ihrer Teilnahme an der Diskussion. Sollten Sie unterbrochen werden, machen Sie, wenn Sie wieder zu Wort kommen, dort weiter, wo Sie aufgehört haben, oder Sie fangen noch einmal von vorne an. Können reden auch dann weiter, wenn mehrere andere sprechen. [...] Hören Sie auf keinen Fall auf das, was andere vorbringen – das verwirrt Sie

nur. Beantworten Sie keine Fragen, sondern stellen Sie Gegenfragen [...] Was Sie sagen, ist eigentlich egal. Hauptsache, Sie bringen Ihre Stichpunkte rüber. Wenn andere reden und Sie es nicht schaffen, Ihnen ins Wort zu fallen, müssen Sie durch Ihr Mienenspiel zum Ausdruck bringen, dass Sie alles für dumm, falsch oder verlogen halten.«²⁶²

²⁶² Rommel (2002), S. 5

Eine Zuspitzung dieses eigenen Wahrheitsanspruchs gegenüber anderen politischen Strömungen ist in diesem Zusammenhang »Karl W. Deutschs Machtbegriff, wenn er Macht definiert als »the ability to afford not to learn«: Macht hat derjenige, der glaubt, es sich leisten zu können, nicht lernen zu müssen.«²⁶³

²⁶³ Senghaas (2005), S. 244

Eine demonstrative Verschlossenheit gegenüber Ansichten anderer Parteien liegt zweifellos in dem politischen System einer Wettbewerbs-Demokratie begründet, das ohne Frage seine Berechtigung hat. Dennoch ist es erstrebenswert, dieses zu optimieren und so beispielsweise Wege zu finden, wie kritisch zu sehende parteipolitische Handlungsmuster durchbrochen werden können zugunsten ganzheitlicher gesellschaftlicher Konzeptfindung.

Spannend wird Politik jedoch immer im Zustand der cross innovation: Linke machen oft die besten Wirtschaftsreformen, Konservative die besseren Sozialreformen.

Matthias Horx. Publizist und Zukunftsforscher [Zitat 24]

Die Haltungsänderung von einem Denken in weitgehend abgegrenzten und gegenüberstehenden politischen Lagern hin zu einem vernetzten Konzipieren über ideologische Grenzen hinweg führt zu einer Komplexitätssteigerung im politischen System, die der Zukunftsforscher Matthias Horx zukünftig als wichtig erachtet: »Demokratie im 21. Jahrhundert muss ihre innere Komplexität erhöhen, um Antwort auf Zukunftsfragen zu generieren.«²⁶⁴

²⁶⁴ Horx (2010)

Es gilt, die Meinungsvielfalt als Chance zu begreifen und sie bewusst zu nutzen. »Die Existenz der unterschiedlichen Sichtweisen ist nicht problematisch. Im Gegenteil, sie bietet eine Chance zur Weiterentwicklung [...] Problematisch ist jedoch, dass diese Chance heute kaum genutzt wird.«²⁶⁵

²⁶⁵ Minx, Preissler (2004), S. 258

Der Designer versucht in seiner Praxis bei der Betrachtung eines Sachverhalts zunächst bewusst möglichst viele Perspektiven einzubeziehen, um ein vielschichtiges und ganzheitliches Bild zu erhalten. Anschließend nutzt er diese Masse an Facetten und an relevanten Aspekten, selektiert und kombiniert, um schließlich daraus ein der Ausgangslage angemessenes Konzept zu entwickeln. Dabei greift er auf Inspirationen und Einflüsse aus verschiedenen Bereichen zurück. Das durch Empathie begünstigte Wechseln der Perspektiven, das im Designprozess wesentlich ist, kann auch in der Politik methodisch genutzt werden: »Sich in andere, fremde Vorstellungswelten hineinzusetzen und diese für einen Moment und versuchsweise so zu vertreten, als wären es die eigenen: Das ist es, was in festgefahrenen Situationen neue Lösungswege aufzeigen könnte.«²⁶⁶

²⁶⁶ von Mutius (2007), S. 89

RESSORTÜBERGREIFENDE POLITIK An Komplexität gewinnende Herausforderungen erfordern aber nicht nur die Erweiterung des Blickfelds in parteiübergreifendem Sinne, sondern sie verlangen auch ein Denken außerhalb von Ressortgrenzen, worauf dieser Abschnitt näher eingehen wird.

Das heutige politische System ist deutlich geprägt vom analytisch-separierenden Denkansatz, was sich beispielsweise in der Ausdifferenzierung einzelner Ministerien und Ausschüssen zeigt, die jeweils auf einen Fachbereich spezialisiert sind. Das typische Vorgehen innerhalb dieser Ressorts besteht darin, ein klares Ziel zu definieren, das bestehende Problem zu analysieren und auf Kausalketten hin zu untersuchen, um anschließend eine Option auszumachen, das System in die gewünschte Richtung zu verän-

dern und diese dann möglichst genau so umzusetzen.²⁶⁷ Grundidee ist es, durch Spezialisierung eine Problemlösung intern sehr fokussiert und effizient vornehmen zu können und entspricht so einer allgemeinen »Tendenz, Probleme nach unten zu drücken, auf einem möglichst niedrigen Niveau und möglichst unmittelbar zu lösen«²⁶⁸, wie Rittel erkennt. Er rät, dass »In einem Planungssystem [...] immer mindestens eine Partei sein [sollte], die versucht, das Problem so hoch wie möglich zu drücken.«²⁶⁹ Denn gerade bei komplexeren Problemen werden politische Problemlösungen, die auf Grundlage bestimmter Fachrationalitäten entwickelt wurden, der Komplexität außerhalb dieses Fachbereichs oft nicht gerecht und führen dadurch zu verschiedenen Wechselwirkungen und Rückkopplungen mit anderen Bereichen.

²⁶⁷ vgl. Voß (2008)

²⁶⁸ Rittel (1992), S. 70

²⁶⁹ ebd.

Grund dafür ist, dass »nahezu sämtliche sozialen, kulturellen und geistigen Herausforderungen dieser Zeit [...] auf der Grenze [liegen]. Sie können nur noch durch einen disziplinübergreifenden Ansatz, durch achtsame Grenzüberschreitung und durch ein gekonntes, systemisches Zusammenwirken unterschiedlicher Ressorts erörtert und gemeistert werden.«²⁷⁰ Der Versuch, ein solches Problem dennoch auf einen bestimmten Fachbereich einzugrenzen, führt häufig dazu, dass einzelne Aspekte nicht gesehen werden und es daher zu einer Verschiebung oder gar einer Verschärfung des Problems kommt.

²⁷⁰ von Mutius (2007), S. 86

Folglich ist es nötig, einen Sachverhalt als Teil eines Gesamtsystems mit vielfältigen Verschränkungen und Wechselwirkungen zu sehen. Jan-Peter Voß bezeichnet den grundsätzlichen Versuch, die Verengung in rationalen Problemlösungsansätzen auszuweiten, als »Reflexive Governance«.²⁷¹ Der Bezug zu dem von Bernhard von Mutius vorgestellten anderen Denken ist in diesem Zusammenhang deutlich. So schreibt Felicidad Romero-Tejedor bezugnehmend auf diesen: »Nur ein Denken, das aus einer lokalen Begrenztheit ausbricht und eine globale Perspektive einnimmt, erfüllt die notwendigen Bedingungen für eine ›andere Intelligenz.«²⁷²

²⁷¹ vgl. Voß (2008)

²⁷² Romero-Tejedor (2007), S. 178

Die Berücksichtigung des gesamten Kontextes eines Zustands unter Einbeziehung verschiedener Perspektiven, Akteure, Einflussfaktoren und Prognosen geht aber unweigerlich mit einer enormen Komplexitätszunahme einher, die, wie Jan-Peter Voß problematisiert, schlimmstenfalls zu einer Entscheidungs- und Handlungsunfähigkeit führen kann.²⁷³ Probleme der Politik im Umgang mit Komplexität diagnostiziert auch Bernhard von Mutius: »Sie scheint gleichzeitig zu tief und zu hoch zu agieren: einerseits gedanklich zu tief, nämlich unterhalb des geforderten Reflexionsniveaus, und andererseits praktisch zu hoch, nämlich über die Köpfe der Menschen hinweg.«²⁷⁴

²⁷³ vgl. Voß (2008)

²⁷⁴ von Mutius (2004b), S. 26 f.

**»[Design] needs to become a redirective practice.
[...] What all agents of change need to do is to learn
how to move design out of its economic function
and into a political frame.«**

Tony Fry. Designtheoretiker und Philosoph [Zitat 25]

Wie oben dargelegt, ist die Komplexität politischer Herausforderungen immens und scheint kaum bewältigbar. Dennoch müssen einzelne Optimierungshandlungen in ihrem Kontext betrachtet und »Prozesse und Beziehungen so [geformt werden], dass sie anschlussfähig für andere werden und stimmig für das Zusammenspiel mit anderen. Gestaltkompetenz wäre in diesem Sinne eine Schlüsselkompetenz für die kreative Lösung vieler technologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Probleme.«²⁷⁵ Möglicherweise kann der Designer als »ganzheitlich denkender Experte [...], der komplexe Systeme so gestalten kann, dass die Komplexität für alle Beteiligten kontrollierbar bleibt«²⁷⁶, einen Beitrag zur Entschärfung dieses Dilemmas leisten.

²⁷⁵ von Mutius (2004a), S. 274

²⁷⁶ Romero-Tejedor (2007), S. 35

Für die Eignung des Designer zu dieser Aufgabe spricht, dass vernetztes Denken und der Umgang mit Komplexität zu seiner Tätigkeit im Designprozess gehört. Zudem ist bei der gleichwertigen

Berücksichtigung verschiedener Einflussfaktoren seine *Nicht-Spezialisierung* von Vorteil. So hat Horst Rittel bereits nach Möglichkeiten gesucht, »wie man politische Entscheidungssysteme verbessern kann [...] und wer diese Aufgabe bewältigen könnte«²⁷⁷ mit dem Schluss: »Ganz sicher sind zur Schaffung solchen Wissens die traditionellen Wissenschaften nicht geeignet. Denn jede Wissenschaft ist mit einem bestimmten Aspekt befaßt [sic], mit einer Teilrealität.«²⁷⁸

²⁷⁷ Rittel (1992), S. 230

²⁷⁸ ebd.

5.3 EMPATHISCHE POLITIK IN EINER BÜRGERORIENTIERTEN GESELLSCHAFT

Der gesellschaftliche Wandel hin zu einer Netzwerkgesellschaft bringt nicht nur strukturelle Veränderungen mit sich, er beeinflusst auch Werte und Haltungen der Menschen, was sich in konkreten Handlungsweisen und Anforderungen ausdrückt. In der Wirtschaft, die aufgrund des starken Wettbewerbs unter Druck steht, sich solchen Veränderungen schnell anzupassen, zeichnet sich dies dadurch ab, dass viele Unternehmen ihre Haltung gegenüber Kunden verändern. Tendenziell werden die Kunden kritischer und nutzen die durch das Internet eröffneten Möglichkeiten, sich über Unternehmen und Produkte zu informieren. Die mit dem Internet einhergehende Steigerung der Transparenz führt dazu, dass mögliche Widersprüche oder Skandale eines Unternehmens leichter aufgedeckt werden können und sich in rasanter Geschwindigkeit verbreiten. Ein »Shitstorm« kann für ein Unternehmen verheerende wirtschaftliche Folgen haben. Diese neue Macht der Kunden verlangt von den Unternehmen Authentizität; die Kommunikation nach außen muss stärker als zuvor der Unternehmensidentität entsprechen, um langfristig glaubhaft und erfolgreich zu sein. Das neue Medium bietet den Unternehmen aber auch die Möglichkeit, näher am Kunden zu sein oder diese sogar gezielt einzubinden und so ihre Bedürfnisse und Wünsche direkter und konkreter zu erfahren, als über die klassische Marktforschung.

Das neue Selbstbewusstsein und kritische Hinterfragen der heutigen Kunden, ehemals Konsumenten, kann als eine Ausprägung der Netzwerkgesellschaft gesehen werden. Die eben angedeuteten Veränderungen, die das Bewusstsein des Einzelnen betreffen, sollen in diesem Teil im Kontext der *Politik* betrachtet werden.

BÜRGERNAHE POLITIK Wie der einleitende Abschnitt bereits erahnen lässt, liegt auch dieser Betrachtung ein grundsätzlich nichtduales Verständnis zugrunde, in dem es keine klare Trennung zwischen einem Subjekt in Form einer Regierung und einem Objekt in Form der Regierten gibt, sondern von einer Auffassung ausgegangen wird, in der das politische System »niemals von dem ihn umschließenden sozialen Raum losgelöst, sondern stets mit ihm verschränkt [...] ist. [...] Steuerungsobjekt und Steuerungsobjekt bilden einen systemischen Zusammenhang.«²⁷⁹

²⁷⁹ Döge (2012), S. 146

Für die Politik ist es wesentlich, Stimmungen und Sorgen der Bürger frühzeitig zu erkennen, um darauf reagieren zu können. Daher gilt es, die »vitalen Beziehungsgeflechte der Menschen, ihre aus positiven und negativen Identifikationen gespeisten Handlungsenergien«²⁸⁰ bewusst wahrzunehmen und auf sich abzeichnende, gesellschaftliche Bewegungsformen und Musterbildungen hin zu untersuchen, wofür sich das Internet und die dort verhandelten Themen als ein sehr geeignetes Instrument anbietet. Der Designer ist in der Regel sehr sensibel für gesellschaftliche Stimmungen und aufkommende Trends, da diese als wichtiger Aspekt in seiner klassischen Gestaltungsarbeit Berücksichtigung finden.

²⁸⁰ von Mutius (2004b), S. 27

Nikolai Fichtner schreibt in der *Financial Times* Deutschland: »Politiker und Volk, das sind normalerweise zwei sich völlig fremde Wesen. Spitzenpolitiker erleben ihre Bürger nur stark gefiltert, in Wahlergebnissen, Meinungsumfragen oder gelegentlichen Wahlkreisbesuchen.«²⁸¹ Meinungsumfragen bieten in einer sehr pluralistischen Gesellschaft, in der Wählermilieus immer schwerer definierbar sind, jedoch nur ein sehr beschränktes Mittel, um die

²⁸¹ Fichtner (2012)

Bedürfnisse der Bürger festzustellen. Mitte der neunziger Jahre sagte der Wahlkampfberater Bill Clintons: »Wahlkampf ist wie eine Konversation. Du hörst den Wählern durch die Umfragen zu, und die Wähler hören dir über die Fernsehspots zu. Das ist Dialog.«²⁸² Diese Auffassung von Dialog ist sehr einseitig, da sie keinen direkten Austausch zulässt und ist in Anbetracht der technologischen Entwicklung nicht mehr zeitgemäß.

²⁸² Bob Squier, zitiert nach Gallus (2002)

Für Politiker wie für Designer ist es wesentlich, die Bedürfnisse von Menschen zu erkennen. Übertragen auf das Design, sind Meinungsumfragen in der Politik sehr ähnlich dem Mittel der Meinungsforschung im Design, die als einzige Grundlage für eine Konzeptentwicklung in der Regel aus verschiedenen Gründen unzureichend sind. Beispielsweise liefern die Ergebnisse zwar Fakten, beantworten also das *was?*, bilden aber nicht das tiefergreifende *warum?* ab und gerade innovativere Konzepte können hier schlecht abschneiden, sich aber später als großer Erfolg erweisen.

David Holston unterscheidet zwischen »Market Research« und »Design Research«. Während Market Research sich auf Zahlen konzentriert und fragt, wie ein Produkt an den Nutzer gebracht werden kann, fokussiert sich Design Research auf den Nutzer, fragt nach dessen Bedürfnissen und wie sich ein Konzept diesen anpassen lässt.²⁸³ Dafür stehen dem Designer innerhalb eines User-Centered-Design-Prozesses verschiedene Methoden zur Verfügung. Dieses Vorgehen, sich den Wünschen und Bedürfnissen der Nutzer anzunähern, ist langfristig erfolgreicher, als sich nach kurzfristigen Verkaufszahlen zu richten. Ähnliches gilt wohl auch für die Politik.

²⁸³ vgl. Holston (2011), S. 57

In dem einleitenden Blick auf die Auswirkungen der gesellschaftlichen Bewusstseinsveränderungen auf die Unternehmen, wurde auch der Aspekt der Einbeziehung der Kunden genannt. Dieser Partizipationswunsch entsteht durch die faktische Verfügbarkeit eines dafür geeigneten Instruments in Form des Internets. Peter Kruse untersucht die Bedeutung der Vernetzung für die Politik und warnt diese davor, die Möglichkeiten des Internets zu ignorieren:

»Mit der Erwartung an das Internet, dass jeder Schmetterling einen Sturm entfachen kann, ist Partizipation zum fast selbstverständlichen Anspruch und tiefen Bedürfnis geworden. Ein Politiksystem, das sich dieser Änderung langfristig verweigert, frustriert die Menschen.«²⁸⁴ Die Piratenpartei verkörpert genau dieses Bedürfnis der direkten politischen Mitgestaltung, wobei sich aktuell angesichts von praktischen Umsetzungsschwierigkeiten die Frage stellt, ob die Partei ihrem Anspruch einer direkten Entscheidungsbeteiligung gerecht werden kann. Kruse sieht die Möglichkeit der Beteiligung von Bürgern an direkten *Entscheidungsprozessen* (noch) nicht gegeben, sieht jedoch im Netz ein geeignetes Mittel für die breite Beteiligung bei der *Ideenfindung* und auch bei der *Prioritätensetzung* und damit dem Agenda-Setting.

Erforderlich ist in Anbetracht der hier genannten Entwicklungen eine Änderung des Selbstverständnisses von Politikern von dem eines *Bestimmers*, der versucht, die Themenhoheit zu behalten hin zu dem eines *operativen Ausgestalters* gesellschaftlicher Rahmenbedingungen mit einer positiven Grundhaltung gegenüber der Einbeziehung der Bürger.²⁸⁵ Dabei wird, wie Peter Kruse feststellt, Empathie zu einer bedeutenden Basiskompetenz.²⁸⁶

Eine Erfahrung jüngerer Geschichte, welche die Politik in dieser Hinsicht zweifellos zukünftig prägen wird, ist die mit dem Großprojekt »Stuttgart 21«. Hieran wurde deutlich, dass das Bild des »Basta-Politikers« nicht mehr zeitgemäß ist und die Bürger kritischer und selbstbewusster werden und bessere Kommunikation und mehr Partizipation verlangen.

VERMITTELNDE POLITIK Durch die neuen technischen Möglichkeiten »verlagert sich das gesellschaftliche Agenda-Setting tatsächlich tendenziell mehr von den Parteien weg.«²⁸⁷ Das Netzwerk zeigt, dass aus kleinen Bewegungen, die ein resonanzfähiges Thema aufgreifen, ein starker Mobilisierungseffekt ausgehen kann. In Anbetracht dieser Entwicklung ist es nicht nur, wie oben

dargelegt, wichtig, sensibel zu sein was das frühzeitige Erkennen solcher Themen angeht, sondern es fordert auch eine direktere Kommunikation zwischen Politik und Bürgern, wodurch zum einen eine sachliche Aufklärung und zum anderen auch Vertrauensbildung erzielt werden kann.

Politik entsteht im Zwischen – in dem Zwischen
den-Menschen – und etabliert sich als Bezug

Hannah Arendt. Politische Theoretikerin [Zitat 26]

Um sich eine begründete Meinung zu einem Thema bilden zu können, ist ein bestimmtes Maß an Informationen und Hintergrundwissen unerlässliche Voraussetzung. Insbesondere bei komplexen Themen ist es selbst für den interessierten Bürger oft schwer, neben der Information einer politischen Entscheidung an sich, auch Zusammenhänge und Gründe für diese zu erkennen. So antwortet ein »Mann auf der Straße« bei einer Befragung der ARD zum Thema Eurokrise, er könne dazu keine Meinung formulieren, da die Bürger viel zu wenig Aufklärung bekämen, ihnen daher schlichtweg der Durchblick fehle und sie daher fast nicht mehr mitreden könnten.²⁸⁸

Die SPD-Politikerin Monika Griefahn stellt diesbezüglich fest, dass die Leute auch früher die Politik nicht verstanden hätten, aber es diese, solange die Dinge funktionierten, auch nicht weiter interessiert habe. Außerdem hätten die Bürger auch eine »Holschuld« für Informationen.²⁸⁹ Zweifellos ist es eine große Herausforderung, komplexe politische Themen so zu kommunizieren, dass sie verständlich sind und dennoch der Komplexität gerecht werden. Doch entspricht die eben dargelegte Haltung deutlich der dualistischen Sicht einer klaren Trennung zwischen Regierung und Regierten und ist in Anbetracht eines an Einfluss gewinnenden Bürgertums kritisch zu sehen. Es stellt sich weiterhin die Frage, ob es nicht das Interesse der Politik sein sollte, in

²⁸⁴ Kruse (2009)

²⁸⁵ vgl. ebd.

²⁸⁶ vgl. Abschnitt 2.2.3

²⁸⁷ Kruse (2009)

²⁸⁸ Tagesthemen (2012)
bei 05:45 min

²⁸⁹ vgl. Ramge (2012)

diesem Kontext die Menschen im Geiste Otto Neuraths sachlich und verständlich aufzuklären. Folglich ist abzuwägen, inwieweit dies als Aufgabe der Politik zu sehen ist und wie viel die Medien dazu beitragen. Manche Teile der Medienlandschaft neigen durch Überschriften wie »Werden wir alle Afrikaner?«²⁹⁰ oder »Hitler ließ heimlich Ufos bauen«²⁹¹ zu Überspitzungen, Verkürzungen und Populismus, was im genannten Falle der Eurokrise vorhandene Spaltungstendenzen eher verstärkt, statt eine sachliche Aufklärung zu bieten.

²⁹⁰ Bild-Zeitung vom 12.8.2003, S. 1

²⁹¹ Bild-Zeitung vom 6.12.2004, S. 1



Abb. 21
Der Populismus von Teilen der Medienlandschaft verstärkt vorhandene Spaltungstendenzen, statt sachlich zu informieren.

Wie mangelhaft Kommunikation und Informationsvermittlung von Seiten der Politik häufig ist, wird *dann* sichtbar, wenn die Implementierung politischer Beschlüsse eine direkte Bürgeraufklärung erfordert. Hierfür ist die Implementierung des Biokraftstoffs E10 im Jahr 2011 ein passendes Beispiel, nach dessen Einführung viele Menschen verunsichert an den Tankstellen standen und wegen mangelnder Aufklärung nicht wussten, was nun getankt

werden darf. (Daneben ist dies auch ein Beispiel dafür, wie durch Vernachlässigung der Kontext-Betrachtung die Entschärfung eines Problems zur Verschärfung anderer Probleme führen kann, die mit dem dadurch gestiegenen Bedarf an landwirtschaftlichen Flächen einhergehen und Umweltverbände dazu veranlasst, zur Rücknahme des vermeintlich umweltfreundlicheren Kraftstoffs aufzurufen).

Gerade in Anbetracht schneller Veränderungen haben viele Menschen Angst, nicht mehr *mitzukommen* und reagieren darauf häufig mit der Unterstützung starrer politischer Formen, wodurch mitunter nationalistische und reaktionäre Kräfte gestärkt werden können. Der Designer steht zum einen Veränderungsprozessen grundsätzlich positiv gegenüber und operiert zum anderen sensibler im Zusammenhang mit menschlichen Ängsten und Bedürfnissen, wodurch er die Politik unterstützen kann, die Kommunikation zu den Bürgern angemessen und plausibel zu gestalten und dadurch die Bürger *mitzunehmen*. So schreibt Michael Erlhoff, dass »Design als hervorragend vermittelnde und wegweisende Kompetenz gesellschaftlich immer wichtiger wird.«²⁹²

²⁹² Erlhoff (1998), S. 30

Politik und Gesellschaft stehen nun visionslos vor einer drohenden Katastrophe. Designer könnten Visionen möglicher Problemlösungen mit entwickeln und kommunizieren.

Michael B. Hardt. Kommunikationsdesigner und Designberater [Zitat 27]

Daneben dient eine Öffnung der Politik auch einem Vertrauensgewinn. Offenbar fühlen sich immer mehr Bürger von der institutionellen Politik ausgeschlossen, was sich in sinkenden Wahlbeteiligungen und Umfragen zeigt. »Trust in politics has reached a low. [...] As a consequence of the growing complexity of political debate, the risk of the population becoming apathetic towards politics continues to grow.«²⁹³

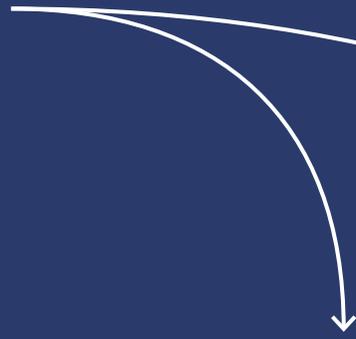
²⁹³ Achermann et al. (2012), »Spectator Democracy«

Durch besser gestaltete Kommunikation kann Authentizität und Transparenz gestärkt werden und diese Chance sollte von der Politik ernst genommen werden. »Für Castells ist Kommunikation [...] das entscheidende Element im Kampf um Macht. Die digitalen Medien haben die Kommunikation in den letzten Jahren entscheidend verändert und bieten eine ernsthafte Chance, um das verloren gegangene Vertrauen in die Politik wieder aufzubauen.«²⁹⁴

²⁹⁴ Castells (2010)

Die Politik steht vor an Komplexität gewinnenden Herausforderungen und einer sich verändernden Gesellschaft, was auch Änderungen und Anpassungen im politischen Handeln erfordert. So bedarf eine sich dynamisch verändernde Welt mit zunehmender Komplexität und Unvorhersehbarkeit eine Politik, die flexibel auf Veränderungen reagieren kann, aber dennoch eine klare Vision hat, die in ihren Beschlüssen sichtbar wird und den Bürgern daher Verlässlichkeit bietet. Der Wandel hin zu einer Netzwerkgesellschaft bringt unter anderem Änderungen im Umgang mit Wissen und in den gesellschaftlichen Strukturen mit sich. Die Politik kann aus der Veränderung einer eingefahrenen, von Sachzwängen dominierten Denkweise, zu einer offenen, vernetzten und ideologie- und ressortübergreifenden Alternativen-Entwicklung profitieren. Auch kann das Potenzial der vielfältigen Wissensbestände und Meinungen der Bürger genutzt werden. Eine authentische, bürgernahe Politik, die Bedürfnisse frühzeitig erkennt und ein Interesse an der Aufklärung und Einbeziehung der Bürger hat, ist Voraussetzung dafür. Es wurde gezeigt, dass viele der Fähigkeiten, die der Designer im Designprozess anwendet, für die künftigen Anforderungen an die Politik dienlich sind. Somit würde die Übertragung dieses designspezifischen Wissens auf politische Prozesse zu gesellschaftlichem Nutzen führen, indem es zu einer Politik beiträgt, die sich an einer dynamischen, vernetzten und bürgernahen Gesellschaft orientiert.

6. RÉSUMÉ UND AUSBLICK



SCHLIESSLICH FOLGT IM DESIGN DIE **IMPLEMENTIERUNG**, DER DIESES **SECHSTE KAPITEL** ENTSPRICHT. DIE ERKENNTNISSE WERDEN **ZUSAMMENGEFASST** UND MÖGLICHKEITEN FÜR EINE REALE **NUTZUNG** AUFGEZEIGT.



In diesem abschließenden Kapitel soll nun zuerst ein Überblick über die vorangegangenen Erkenntnisse und Untersuchungsgegenstände geboten werden, aus denen sich dann eine zusammenfassende Folgerung ableiten lässt. Um die *theoretische* Abhandlung auch als Anregung für eine mögliche *praktische* Nutzung darzustellen, soll abschließend das Bild eines auf diesen Erkenntnissen beruhenden Anwendungsfeldes von Designwissen in der Politik skizziert werden und Anforderungen an den Designer und die Designausbildung dargelegt werden.

6.1 ZUSAMMENFASSUNG UND FOLGERUNG

Politische Prozesse sind in der Vergangenheit zunehmend komplexer geworden, da aufgrund von neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen immer mehr Zusammenhänge aufgedeckt wurden, die bei politischen Entscheidungen zu berücksichtigen sind und die Tragweite dieser immer schwerer abschätzbar machen. Zudem haben Entscheidungen auf Bundesebene heute häufig nicht mehr nur nationale Effekte, sondern auch europaweite oder globale. Dazu kommt ein gesellschaftlicher Wandel hin zu einer dynamischen, vernetzten und bürgerorientierten Gesellschaft, deren Anforderungen und Bedürfnisse es von der Politik ernst zu nehmen gilt.

Eckard Minx und Harald Preissler sehen daher Veränderungsbedarf im grundsätzlichen Denken der Politik. »Dabei geht es nicht um altes oder neues Denken, es geht um ein anderes Denken, in dem drei Elemente zusammenkommen müssen: die Abkehr von Schlagwortgefechten und die gedankliche Erweiterung und Vertiefung der Diskurse; die Akzeptanz von Alternativen anstelle des Glaubens an Sachzwänge; der Mut zu sozialutopischen Geschichten, in denen nicht nur Abstraktionen, sondern wesentlich auch Vorstellungen über reale Lebensbedingungen von Menschen einen Platz haben.«²⁹⁵

²⁹⁵ Minx, Preissler (2004), S. 265

Bernhard von Mutius plädiert ebenfalls für eine geänderte, vielschichtigere Herangehensweise an politische Problemstellungen und eine veränderte Denkweise, um bevorstehende, komplexe Herausforderungen zu bewältigen. Er führt dazu den Begriff der »anderen Intelligenz« ein. Dabei sind unter anderem ein vernetztes Denken in Beziehungen und ein souveräner Umgang mit Ungewissheit von Bedeutung. Er sieht es als erforderlich an, »nicht nur eine Seite, sondern auch die andere, ihr widersprechende wahrnehmen und bislang Getrenntes zusammendenken [zu können]. Nicht nur wissen, was man weiß, sondern auch was man nicht weiß (und dass wir manches nicht wissen können). Nicht in starren Entweder-oder-Positionen verharren, sondern gemeinsam mit anderen nach neuen Sowohl-als-auch-Lösungen suchen. Nicht nur den Hauptstraßen folgen, sondern ähnlich wie bei der Szenariendarbeit eine Vielzahl von Wegen sondieren.«²⁹⁶

²⁹⁶ von Mutius (2007), S. 42

Es ist notwendig, das politisch-demokratische System nicht als starr und unveränderbar zu sehen, sondern es selbst als in einem zu gestaltenden Prozess befindend zu begreifen, dessen Ziel die stetige Optimierung, die kontinuierliche Anpassung an Veränderungen, sowie die Nutzung des Potentials sich neu ergebender Möglichkeiten sein sollte.

Bereits bei der zu Beginn erfolgten Annäherung an den Designbegriff wurde herausgestellt, dass sich Design heute nicht mehr nur auf die klassische materielle Objektgestaltung begrenzen lässt, sondern im Sinne eines erweiterten Designbegriffes auch immaterielle Gestaltung einschließt. Beispiele dafür sind der an öffentlicher Wahrnehmung gewinnende Bereich des Service Design oder das ganze Gebiet der User Experience. So sind es beispielsweise schon heute in vielen Branchen nicht mehr in erster Linie die formale Gestaltung und auch nicht die technischen Eigenschaften, durch die sich Produkte von den Wettbewerbern differenzieren, sondern mehr und mehr die Interaktion, das Nutzererlebnis, also das *Dazwischen* zwischen Nutzer und Produkt, sowie das, das Produkt umgebende (Service-)System. So war das erste iPhone zum

Beispiel sowohl technisch als auch gestalterisch von hoher Qualität, die Revolution aber war das dazugehörige *Eco-System* namens App-Store, welches die Möglichkeiten des Gerätes potenzierten.

Die Erkenntnis, dass Design auch losgelöst vom Objekt existiert, führte zu der Folgerung, dass es neben dem formal-ästhetischen und technischen Wissen noch mehr geben muss, was den Designer auszeichnet. Im Darauffolgenden wurde der Versuch einer Annäherung an dieses *Mehr* unternommen und die Behauptung aufgestellt, dass sich das Designwissen aus einem, nicht abschließend begrenzbar, Netzwerk unterschiedlicher Fähigkeiten ergibt, die sich nicht auf das enge Verständnis faktischen Wissens einschränken lassen, sondern auch Denkweisen und Haltungen einschließen. Bei der Untersuchung dieser Fähigkeiten wurden immer wieder Parallelen zu der oben genannten Denkweise der »anderen Intelligenz« sichtbar. So unterscheidet sich das Denken des Designers von dem in Wissenschaft und Management vorherrschenden rein analytischen Denken und umfasst beispielsweise ein vernetztes Denken, das Einlassen auf ungewisse Situationen und die Bewältigung von Komplexität durch Musterbildung. Das eben zitierte Erkunden von Wegen neben den Hauptstraßen ist auch Teil des »odysseischen Denkens«, das als charakteristisch für den Designer benannt wurde. Es wurde gezeigt, dass die Fertigkeiten im klassischen Designprozess meist unbewusst angewandt werden und einen festen Bestandteil der praktischen Designfähigkeit bilden. Durch die wiederholte Tätigkeit werden diese trainiert und so unbewusst als *Designdenken* in Form eines impliziten Wissens angeeignet.

Dieser klassische Designprozess wurde anhand von Modelldarstellungen näher untersucht und mit Modellen aus der Politikfeldanalyse verglichen, die den politischen Prozess vereinfacht abbilden. Die Prozesse sind insofern vergleichbar, dass sie beide einen Vorgang der Überführung eines bestehenden in einen als wünschenswerter erachteten Zustand beschreiben und sich – in

stark vereinfachter Form – in Phasen einteilen lassen, die in ihrem jeweiligen Zweck ähnlich sind. Allerdings wurde auch dargelegt, dass sie sich in ihrer Ausprägung mitunter sehr stark unterscheiden, was vor Allem am charakteristischen Wesen des politischen Systems liegt, in dem *Macht* eine wesentliche Rolle spielt. Da die Prozesse in Design und Politik als Zustands-Optimierungs-Prozesse aber grundsätzlich vergleichbar sind und der Designer durch Empathie und Vermittlungsfähigkeit gute Voraussetzungen für die *Objektivierung* seines Wissens besitzt, kann der Designer sein Designwissen vom Designprozess auch auf den politischen Prozess übertragen.

»Es ist deshalb die Frage, ob sich die Erfahrungen des konstruktiven Intellektuellen bei der Gestaltung von Veränderungsprozessen auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen als fruchtbar erweisen können.«

Michael B. Hardt, Joachim Kobuss. Designer und Designberater [Zitat 28]

Dadurch kann er als Träger einer anderen Denkweise und einer anderen Herangehensweise an zu optimierende Gegebenheiten wichtige Impulse setzen. Und möglicherweise so in der Rolle des »konstruktiven Intellektuellen« einen gesellschaftlichen Beitrag leisten, was in der jungen Geschichte des Design schon immer ein wesentliches Motiv im Designdiskurs war, wie an so unterschiedlichen Beispielen wie dem Bauhaus, Otto Neurath oder dem »First Things First«-Manifest gezeigt wurde.

»Als Träger dieser neuen Art von Intelligenz sehe ich übrigens nicht in erster Linie den klassischen Intellektuellen, also die reinen Theoretiker, Literaten oder Gelehrten vom Fach, vielmehr eher eine andere, gerade erst entstehende Gruppe, die einen starken praktischen Bezug zu den sozialen Auseinander-

setzungen dieser Zeit hat und in ihnen vermutlich immer mehr an Einfluß [sic] gewinnen wird: Nach meiner Beobachtung bildet sich zur Zeit ein neuer Typ des Intellektuellen heraus, der als Wissensarbeiter – ob festangestellt oder freiberuflich in diversen Organisationszusammenhängen mit komplexen Entwicklungsprojekten betraut ist, Projekten, die wissenschaftliche und technische Innovationsvorhaben ebenso wie soziale Veränderungs- und Lernprozesse umfassen. Man könnte ihn den ›konstruktiven Intellektuellen‹ nennen.

Er (oder sie) zeichnet sich dadurch aus, dass er die Wirklichkeit als einen – gemeinsam mit anderen zu konstruierenden und veränderbaren – Möglichkeitsraum begreift. Von ihm wird verlangt, intellektuell neues zu konstruieren, dabei einerseits vorhandene Prozesse kritisch zu analysieren und andererseits die angestoßenen Veränderungen gemeinsam mit anderen konstruktiv und möglichst nachhaltig zu positiven Ergebnissen zu führen.«²⁹⁷

²⁹⁷ von Mutius (2004b), S. 24

6.2 PRAKTISCHE ABLEITUNGEN

EINORDNUNG Die dargelegten Erkenntnisse sollen nun im Kontext bestehender Ansätze betrachtet und eingeordnet werden.

Zunächst im Vergleich zu einer sehr weiten Designauffassung, die sämtliche Prozesse planvoller Veränderung, also auch politische Prozesse, als Designtätigkeit begreift. Als Vertreter dieser Auffassung ist der in dieser Arbeit viel zitierte Horst Rittel zu nennen. Harold Nelson und Erik Stolterman greifen diesen Ansatz in ihrem 2003 erschienenen Buch »The Design Way. International Change in an Unpredictable World« auf und sehen »die Planung und Gestaltung von Organisationen, sozialen Systemen, Ausbildungs- und Gesundheitswesen, Arbeitsplätzen, selbst von Regierungen und demokratischen Verfassungen«²⁹⁸ als Aufgabengebiet des Designers. Hier wird Design als planvoll gestaltetes Handeln

²⁹⁸ Mareis (2011), S. 240

verstanden, das einen gesellschaftlichen Wandel initiiert.²⁹⁹ In Abgrenzung dazu wird in dieser Arbeit nicht die Meinung vertreten, Design solle als alleinige Disziplin zur »Neugestaltung der Welt« berufen werden. Vielmehr ist es die Intention, die nicht nur analytische Denkweise der Designer gezielt in den politischen Prozess einzubeziehen und ihr Potential dadurch zu nutzen.

²⁹⁹ vgl. a. a. O., S. 242

Eine weitere Parallele scheinen die entwickelten Erkenntnisse zu politischen Think Tanks und kollaborativen Lösungsentwicklungen aufzuweisen, da auch hier versucht wird, durch Kreativität mögliche Lösungsalternativen zu entwickeln. Hierbei kommen typischerweise viele der Beteiligten aus dem politischen Umfeld oder aus wissenschaftlichen Bereichen, wodurch ein analytisch-pragmatisches Denken ihre gewohnte Denkform prägt. In diesen Think Tanks wird dann mitunter durch Anwendung von Methoden und Tools aus dem Design Thinking nach politischen Lösungen gesucht. Eine solche interdisziplinäre Herangehensweise kann sehr fruchtbar sein und aufgrund der verschiedenen Sichtweisen zu unerwarteten und effektiven Lösungen führen. Der Fokus dieser Arbeit liegt aber auf dem spezifischen Designwissen und es ist daher der Ansatz, das Designdenken dort *abzugreifen*, wo es sich durch langjähriges wiederholtes Üben so entwickelt hat, dass es in ein implizites Wissen übergegangen ist, das ohne systematische Methoden unbewusst funktioniert.

DESIGNER ALS POLITISCHER BERATER Aus den theoretischen Erkenntnissen dieser Arbeit lässt sich der Vorschlag für ein neues, eigenständiges Betätigungsfeld für den Designer ableiten.

Politiker haben je nach Amt ein festes Budget zur Verfügung, mit dem sie einen Mitarbeiter- und Beraterstab frei zusammensetzen können, um sie bei ihrer politischen Arbeit zu unterstützen und sie zu beraten. In einer solchen Position könnten Designer, die neben ihrem Designwissen auch ein politisches Grundverständnis auszeichnet, als politische Impulsgeber fungieren. Als ständige Berater würden sie politische Prozesse begleiten und durch ihre

designspezifische Denkweise den Prozess durch Anregungen und Ratschläge befruchten. Ähnlich einem Wirtschaftsvertreter für ökonomische Fragen oder einem Theologen für ethische Fragen, wären Designer so Teil eines Beraterstabes unterschiedlich denkender »Experten«, die einen Sachverhalt aus jeweils anderen Perspektiven sehen und ihn durch neue Betrachtungspunkte bereichern. Dabei geht es nicht unbedingt, wie von Nelson und Stolterman angestrebt, um die Entwicklung fertig ausgearbeiteter Lösungen, sondern um das Setzen von Impulsen und das Beratschlagen durch eine andere Sicht der Dinge. Der Designer kann den politischen Prozess beispielsweise bereichern durch das Aufdecken von Zusammenhängen, durch das Aufwerfen von konstruktiven Fragen, durch frühzeitige Erkennung von Musterbildungen, durch kreative Kombinationen von Lösungsansätzen oder durch eine Sensibilität für die Bedürfnisse und Ängste der Bürger.

»Jede Regierung braucht ein Ministerium fürs Nachdenken. Das ist nur dazu da, Ideen zu entwickeln, sie zu erproben, Umfragen durchzuführen, um herauszufinden, ob diese Ideen von der Bevölkerung akzeptiert werden.«

Edward de Bono. Kognitionswissenschaftler und Kreativitätsforscher [Zitat 29]

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN Die abschließende Frage ist, was für praktische Handlungsempfehlungen diese Abhandlung für den Designer bedeuten kann. Pauline Klünder stellt in einem Artikel fest, dass sich die intensive Auseinandersetzung mit dem spezifischen Wissen im Design lohnt, da die Gesellschaft vor großen Herausforderungen stehe und das Design bei der Bewältigung dieser eine partnerschaftliche Rolle spielen kann und sie stellt die Frage, ob »es sich, forciert durch eine systematische Erschließung und Erweiterung des disziplinären Wissens, auch als Impulsgeber beweisen können [wird]«³⁰⁰.

³⁰⁰ Klünder (2012), S. 28

Das Sich-Bewusst-Machen seiner spezifischen Fähigkeiten jenseits der materiellen Formgebung ist ein wichtiger erster Schritt, den es hierfür als Designer zu vollziehen gibt. Dazu ist es notwendig, sich der Unaussprechlichkeit des Designspezifischen auf möglichst sachliche Weise anzunähern und es nicht bei Begriffen wie *Kreativität* und *Intuition* zu belassen, die ohne nähere Erläuterung zur Mystifizierung neigen. Nur so kann die, den Designer auszeichnende, Denkweise auch überzeugend nach außen kommuniziert werden und der Designer sich in einem anderen Zusammenhang als dem des reinen Dekorateurs glaubhaft positionieren. Das Bild des oft vorherrschenden unberechenbaren Künstlers sollte sich hierfür in der gesellschaftlichen Wahrnehmung dem eines verlässlichen, strategischen Partners öffnen. Dieser öffentliche Bewusstseinswandel, der durch die verstärkte Aufmerksamkeit der Designforschung und durch die Anerkennung des Designdenkens, in Form von Design Thinking oder Service Design, als Potential jenseits der Objektgestaltung, unterstützt wird, sollte daher von Designern bewusst gestärkt und gefestigt werden. Nach und nach wird sich so das Bild des Designers wandeln- und dadurch eine nötige Vertrauensbasis für die Politik bilden können.

Bernhard von Mutius äußert bei einem Gespräch mit dem Designtheoretiker Bernhard E. Bürdek im Jahr 2002 die Vermutung, dass die Designer, die nach dem erweiterten Designbegriff arbeiten, neben der klassischen Designtätigkeit, zunächst nur eine Nischenposition besetzen würden, sich der Radius aber allmählich in Richtung prozess- und beziehungsorientierter Gestaltung verlagern würde. Schaffen die Designer es, sich erfolgreich bei Unternehmen und Beraterfirmen in dieser Weise zu positionieren, könnten sie »später vielleicht auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen – etwa bei Bildungseinrichtungen oder (sogar) bei politischen Institutionen [auf großes Interesse stoßen].«³⁰¹

³⁰¹ von Mutius (2004a), S. 279

Ein derart verändertes Verständnis des Designbegriffs zieht natürlich auch die Frage nach sich, ob und wie die Designausbildung darauf reagieren sollte. Es wäre hier möglicherweise sinn-

voll, nach dem Grundstudium in dem die disziplinspezifischen Fertigkeiten (und dadurch auch das im vierten Kapitel definierte implizite Designwissen) trainiert werden, stärker die disziplinübergreifenden Fähigkeiten zu betrachten. Dazu wäre es denkbar, den Studierenden, anhand der Reflexion ihres eigenen Designprozesses, ihre designspezifische Denkweise bewusst zu machen und ihnen methodisches Wissen zu vermitteln, wie dieser Prozess auch gezielt stimuliert werden kann. Es wäre vorstellbar, hier die klassischen Grenzen zwischen den Gestaltungsdisziplinen zu öffnen, um in einem Austausch das Verbindende des Designwissens zu erkennen und strategisches Vorgehen, das sich die Studierenden in ihrem Grundstudium angeeignet haben, auszutauschen. Eine stärkere und bewusste Auseinandersetzung mit dem Designbegriff und dem Prozess wäre sicher dienlich, um sich selbstbewusster positionieren zu können.

Rittel schreibt in einem seiner Texte: »Es kann nicht als bewiesen gelten, daß [sic] es unmöglich ist, bessere politische Entscheidungssysteme zu entwerfen und zu installieren. Und folglich sollte man es ruhig versuchen.«³⁰² Der Versuch, den politischen Prozess durch das Miteinbeziehen der Blickweise eines Designers zu optimieren, erscheint nach den Ergebnissen dieser Abhandlung durchaus als lohnenswert.

³⁰² Rittel (1992), S. 224

LITERATUR-QUELLEN

- ACHERMANN**, Simone / **FOLKERS**, Gerd / **SIGRIST**, Stephan / **VARNHOLT**, Burkhard / **WANNAZ**, Michèle »*Mind the Future. Compendium for Contemporary Trends*«. Zürich 2012
- AICHER**, Otl. »*die welt als entwurf*«. Berlin, 1991
- ALBRECHT**, Jürgen X. »*Gutes und Guter Design*«. In: »*Zwiebelfisch #10. Design, Ethik + Moral*«. 2011, S. 8 - 11
- ARNHEIM**, Rudolf. »*Anschauliches Denken*«. Köln 1980
- BAUR**, Ruedi. »*Für ein demokratisches Design*«. In: »*Zwiebelfisch #10. Design, Ethik + Moral*«. 2011, S. 24 - 27
- BEDORF**, Thomas / **RÖTTGERS**, Kurt (Hg.). »*Das Politische und die Politik*«. Berlin 2010
- BLUM**, Sonja / **SCHUBERT**, Klaus. »*Politikfeldanalyse. Lehrbuch*«. Wiesbaden 2011
- BOLZ**, Norbert. »*Bausteine zu einer Designwissenschaft*«. In: Baecker, Dirk (Hg.). »*Schlüsselwerke der Systemtheorie*«. Wiesbaden 2005, S. 129 - 143
- BOLZ**, Norbert. »*bang design. design-manifest des 21. jahrhunderts*«. Hamburg 2006
- BONSIEPE**, Gui. »*Interface. Design neu begreifen*«. Mannheim 1996
- BONSIEPE**, Gui. »*Demokratie und Gestaltung*« (2005). In: Edelmann, Klaus Thomas/Terstiege, Gerrit (Hg.). »*Gestaltung denken. Grundlagentexte zu Design und Architektur*«. Basel 2010, S. 37 - 45

- BONSIEPE**, Gui. »In der Phase des Prä-Design. Spekulation über eine zukünftige Geschichte der Gestaltung«.
In: »Form. Zeitschrift für Gestaltung« (4/1998). Nr. 164, S. 24 - 25
- VAN DEN BOOM**, Holger/ **ROMERO-TEJEDOR**, Felicidad.
»Design. Zur Praxis des Entwerfens. Eine Einführung«.
Hildesheim 2000
- BURCKHARDT**, Lucius. »Design heisst Entwurf, nicht Gestalt!« (1970).
In: Höger, Hans/Stutterheim, Kerstin (Hg.) »Design & Politik. Texte zur gesellschaftlichen Relevanz gestalterischen Schaffens«.
Würzburg 2005, S. 98 - 100
- BURCKHARDT**, Lucius. »Design ist unsichtbar« (1980).
In: Edelmann, Klaus Thomas/Terstiege, Gerrit (Hg.). »Gestaltung denken. Grundlagentexte zu Design und Architektur«.
Basel 2010, S. 211 - 217
- BURKART**, Günter/ **RUNKEL**, Gunter. »Einleitung: Luhmann und die Funktionssysteme«.
In: Burkart, Günter/Runkel, Gunter (Hg.). »Funktionssysteme der Gesellschaft. Beiträge zur Systemtheorie von Niklas Luhmann«.
Wiesbaden 2005, S. 7 - 11
- CONRADS**, Ulrich/ **STROMBERG**, Kyra/ **TEUT**, Anna (Hg.).
»Design? Umwelt wird in Frage gestellt«.
Berlin 1972
- DÖGE**, Peter. »Politik neu denken. Politiktheorie, Politikanalyse und Politische Ethik jenseits von Newton und Descartes«.
Frankfurt a. M. 2012
- DOHMANN**, Antje. »Ein kleines bisschen besser«.
In: »PAGE. Ideen und Know-How für Design, Werbung, Medien« (7/2012), S. 26 - 37
- DORST**, Kees. »Understanding Design. 175 Reflections on Being a Designer«.
Amsterdam 2006
- ERASMUS**, Frederic C. »no no position. die Designer, der Designer, das Design«.
Norderstedt 2012
- ERLHOFF**, Michael. »Letzte Lockerung. Sieben Thesen zum Studium von Design«.
In: »Formdiskurs 5. Design in Lehre und Forschung. Suche nach Profil« (II/1998), S. 26 - 39
- ERLHOFF**, Michael. »Design ist Politik«.
In: »Form. Zeitschrift für Gestaltung« (Juli/August 2002). Nr. 184, S. 42 - 47
- ERLHOFF**, Michael. »Design als meta-disziplinäres Beziehungsgeflecht. Eine Einführung«.
In: Jonas, Wolfgang/Romero-Tejedor, Felicidad (Hg.). »Positionen zur Designwissenschaft«.
Kassel 2010, S. 157 - 160
- FLUSSER**, Vilém. »Vom Stand der Dinge«.
Göttingen 1993
- FLUSSER**, Vilém. »Der Krieg und der Stand der Dinge« (1991).
In: Edelmann, Klaus Thomas/Terstiege, Gerrit (Hg.). »Gestaltung denken. Grundlagentexte zu Design und Architektur«.
Basel 2010, S. 219 - 221
- FRY**, Tony. »Design as Politics«.
Oxford, 2011
- HAAS**, Angela. »design in the mesh. Was wird aus Design Thinking in der Netzwerkgesellschaft«.
Master Thesis. Pforzheim 2011
- HARDT**, Michael B./ **KOBUSS**, Joachim. »Erfolgreich als Designer. Designzukunft denken und Gestalten«.
Basel 2012

HÄUSSLING, Roger. »Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft. Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken«.

In: Fuhe, Jan/Mützel, Sophie (Hg.). »Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung«. Wiesbaden 2010, S. 137 - 162

HERRMANN, Thomas. »Kreatives Prozessdesign. Konzepte und Methoden zur Integration von Prozessorganisation, Technik und Arbeitsgestaltung«. Heidelberg 2012

HÖGER, Hans/**STUTTERHEIM**, Kerstin (Hg.). »Design & Politik. Texte zur gesellschaftlichen Relevanz gestalterischen Schaffens«. Würzburg 2005

HÖGER, Hans. »Mit dem Fragen fängt das Denken an. Ein Gespräch mit Ettore Sottsass jr. und Michele De Lucchi« (1999).
In: Höger, Hans/Stutterheim, Kerstin (Hg.) »Design & Politik. Texte zur gesellschaftlichen Relevanz gestalterischen Schaffens«. Würzburg 2005, S. 145 - 152

HÖGER, Hans. »cultural engineering. Zur Kontextualisierung von Gestaltungsprozessen« (2005).
In: Höger, Hans/Stutterheim, Kerstin (Hg.) »Design & Politik. Texte zur gesellschaftlichen Relevanz gestalterischen Schaffens«. Würzburg 2005, S. 157 - 163

HOLSTON, David. »The strategic Designer. Tools and Techniques for managing the Design Process«. Ohio 2011

JANN, Werner/**WEGRICH**, Kai. »Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle«
In: Bandelow, Nils C./Schubert, Klaus (Hg.). »Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0«. München 2009, S. 75 - 114

KLÜNDER, Pauline. »Design forscht!«.
In: »design report« (2/2012), S. 28 - 29

KÜPPERS, Günter. »Wissen und Nicht-Wissen. Für einen neuen Umgang mit Wissenschaft und Technik«.
In: Mutius, Bernhard von (Hg.). »Die andere Intelligenz. Wie wir morgen denken werden«. Stuttgart 2004, S. 44 - 56

LASN, Kalle im Interview mit Terstiege, Gerrit. »Design kann die Welt verändern!«.
In: »Form. Zeitschrift für Gestaltung« (Juli/August 2002). Nr. 184, S. 48 - 55

LESTER, Richard K. / **MALEK**, Kamal M. / **PIORE**, Michael J.
»Was Manager von Designern lernen können«.
In: »Harvard Business Manager« (5/1998). S. 26 - 29

MAREIS, Claudia. »Entwerfen – Wissen – Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext«.
In: Joost, Gesche/Kimpel, Kora/Mareis, Claudia (Hg.). »Entwerfen – Wissen – Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext«. Bielefeld 2010 (2010a), S. 9 - 32

MAREIS, Claudia. »The »Nature« of Design. Konzeption einer impliziten Wissenskultur«.
In: Joost, Gesche/Kimpel, Kora/Mareis, Claudia (Hg.). »Entwerfen – Wissen – Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext«. Bielefeld 2010 (2010b), S. 121 - 143

MAREIS, Claudia. »Design als Wissenskultur. Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen seit 1960«.
Bielefeld 2011

MEINEL, C./**PLATTNER**, H./**WEINBERG**, U. »Design Thinking. Innovation lernen – Ideenwelten öffnen«. München 2009

- MENKE**, Christoph. »Kraft. Ein Grundbegriff ästhetischer Anthropologie«. Frankfurt a. M. 2008
- MILEV**, Yana. »Emergency Design«. Berlin, 2011
- MINX**, Eckard / **PREISSLER**, Harald. »Die Sonne geht nicht im Osten auf.« *Zukunftsfähiges Denken und verantwortliches Handeln*. In: Mutius, Bernhard von (Hg.). »Die andere Intelligenz. Wie wir morgen denken werden«. Stuttgart 2004, S. 254 - 267
- MUTIUS**, Bernhard von im Gespräch mit Bürdek, Bernhard E. »Gestaltung neu denken«. In: Mutius, Bernhard von (Hg.). »Die andere Intelligenz. Wie wir morgen denken werden«. Stuttgart 2004 (2004a), S. 270 - 281
- MUTIUS**, Bernhard von. »Die andere Intelligenz oder: Muster die verbinden. Eine Skizze«. In: Mutius, Bernhard von (Hg.). »Die andere Intelligenz. Wie wir morgen denken werden«. Stuttgart 2004 (2004b), S. 12 - 41
- MUTIUS**, Bernhard von. »Kopf oder Zahl. Gewinnen oder verspielen wir unsere Zukunft?«. Stuttgart 2007
- NORMAN**, Donald A. »Living with Complexity«. Cambridge 2011
- ÖLAND**, Axel. »Designprozess«. Bachelor-Arbeit. Dornbirn 2008
- PADBERG**, Frank. »Die Kanzler und ihre Arbeitszimmer«. In: Ullrich, Wolfgang (Hg.). »Macht zeigen. Kunst als Herrschaftsstrategie«. Berlin 2010, S. 106 - 115
- PETERS**, Sascha. »Modell zur Beschreibung der kreativen Prozesse im Design unter Berücksichtigung der Ingenieurtechnischen Semantik. Ein Beitrag zur Förderung der interdisziplinären Kooperation zwischen Designern und Ingenieuren«. Dissertation. Duisburg 2004
- REAPER**, Monika. »Austausch von implizitem Wissen in Teams. Methoden und Motivationsfaktoren für Arbeitsteams«. Master Thesis. Hannover 2011
- RECK**, Hans Ulrich. »Design – zum Forschen prädestiniert«. In: »design report« (2/2012), S. 40 - 41
- RITTEL**, Horst W. J. »Planen, Entwerfen, Design. Ausgewählte Schriften zu Theorie und Methodik«. Stuttgart 1992
- ROAM**, Dan. »Auf der Serviette erklärt. Mit ein paar Strichen schnell überzeugen statt lange präsentieren«. Pößneck 2012
- ROMERO-TEJEDOR**, Felicidad. »Der denkende Designer. Von der Ästhetik zur Kognition. Ein Paradigmenwechsel«. Hildesheim 2007
- ROMMEL**, Manfred. »Wie werde ich Politiker? Nummer 1: Beantworten Sie keine Fragen«. In: »Stuttgarter Zeitung« (25.9.2002). S. 5
- SAGMEISTER**, Stefan. »Wie gut ist gut?«. In: »Form. Zeitschrift für Gestaltung« (Juli/August 2002). Nr. 184, S. 58 - 63
- SCHÄFFNER**, Wolfgang. »The Design Turn. Eine wissenschaftliche Revolution im Geiste der Gestaltung«. In: Joost, Gesche/Kimpel, Kora/Mareis, Claudia (Hg.). »Entwerfen – Wissen – Produzieren. Designforschung im Anwendungskontext«. Bielefeld 2010, S. 33 - 45

DIGITALE QUELLEN

SCHROEDER, Christoph Roman »CVO – Chief Visioneering Officer. Der Einfluss von Designern auf den Innovations-Management-Prozess«. Master Thesis. Pforzheim 2012

SCHWEPPEHÄUSER, Gerhard. »Ästhetik. Philosophische Grundlagen und Schlüsselbegriffe«. Frankfurt a. M. 2007

SELLE, Gert. »Geschichte des Designs in Deutschland«. Frankfurt a. M. 2007

SENGHAAS, Dieter. »Karl W. Deutsch (1912 - 1992)«. In: Bleek, Wilhelm/Lietzmann, Hans J. (Hg.). »Klassiker der Politikwissenschaft: Von Aristoteles bis David Easton«. München 2005, S. 237 - 250

SIMON, Herbert A. »The Sciences of the Artificial«. Massachusetts 1996

WELSCH, Wolfgang. »Ästhetisches Denken«. Stuttgart 2010

WINDHOFF-HÉRITIER, Adrienne. »Policy-Analyse. Eine Einführung«. Frankfurt a. M. 1987

WOLFF, Sascha. »Collaborative Innovation in Politics«. Master Thesis. Potsdam 2010

ZIMMERMANN, Rainer. »Das Strategiebuch. 72 Grundfiguren strategischen Handelns für Wirtschaft, Politik, Kommunikation Design, Architektur und Alltag«. Frankfurt a. M. 2011

ACTIVESIDE ON DESIGN. »Why designers should seek chaos and complexity first«. <http://www.design.activeside.net/why-designers-should-look-for-complexity>, geprüft am 22.11.2012

AUSSCHUSS DES DEUTSCHEN WERKBUNDES. »Programm – Denkschrift 1907«. <http://www.deutscher-werkbund.de/29.html>, geprüft am 17.10.2012

BERLIN DIREKT. ZDF, »Berlin Direkt« vom 2.12.2012. <http://www.zdf.de/ZDFmediathek#/beitrag/video/1786224/Berlin-direkt-vom-2-Dezember-2012>, geprüft am 8.12.2012

BPB. Bundeszentrale für politische Bildung. »Definition »Macht««. <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/politiklexikon/17812/macht>, geprüft am 5.12.2012

BRÖSSLER, Daniel. »Wie Deutschland mit Krisenländern umgehen will« am 17.9.2012, Süddeutsche Zeitung. <http://www.sueddeutsche.de/politik/strategie-papier-zur-aussenpolitik-wie-deutschland-mit-krisenlaendern-umgehen-will-1.1472795>, geprüft am 18.10.2012

CASTELLS, Manuel. »Vortragsprotokoll vom 15. Deutschen Trendtag«, am 15.9.2010. http://www.trendtag.de/wp-content/uploads/15_TT_Protokoll_Castells.pdf, geprüft am 7.12.2012

DE BONO, Edward im Interview mit Bernau, Varinia. »Wir brauchen ein Ministerium fürs Denken« am 15.10.2009, Süddeutsche Zeitung. <http://www.sueddeutsche.de/kultur/edward-de-bono-wir-brauchen-ein-ministerium-fuers-denken-1.32701>, geprüft am 10.12.2012

- DEUTSCHER BUNDESTAG.** »Geschäftsordnung des Deutschen Bundestages und Geschäftsordnung des Vermittlungsausschusses«. Februar 2001. <http://www.btg-bestellservice.de/pdf/10080000.pdf>, geprüft am 5.12.2012
- DEUTSCHER BUNDESTAG.** »Statistik der Gesetzgebung – Überblick 17. Wahlperiode«. Stand: 6.12.2012 (2012a). http://www.bundestag.de/dokumente/parlamentsdokumentation/gesetzgebung_wp17.pdf, geprüft am 8.12.2012
- DEUTSCHER BUNDESTAG.** »Stenografischer Bericht. 211. Sitzung« vom 29.11.2012 (2012b). <http://dip21.bundestag.de/dip21/btp/17/17211.pdf>, geprüft am 10.12.2012
- DU DEN.** »Definition ›Prozess‹«, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Prozess>, geprüft am 24.10.2012
- FAKT.** ARD, »Fakt« vom 27.11.2012. <http://www.mdr.de/mdr-im-ersten/video92108.html>, geprüft am 8.12.2012
- FICHTNER,** Nikolai. »Der heiße Draht der Politik« am 8.6.2012, Financial Times Deutschland. <http://www.ftd.de/politik/deutschland/:neue-buergernaeh-e-der-heisse-draht-der-politik/70047641.html>, geprüft am 6.12.2012
- GALLUS,** Alexander. »Demoskopie in Zeiten des Wahlkampfes« am 12.4.2002. <http://www.bpb.de/politik/innenpolitik/bundestagswahlen/62611/demoskopie-im-wahlkampf?p=all>, geprüft am 6.12.2012
- GREGER,** Rudolf. »Design Thinking Tools sind Krücken«. <http://www.rudolfgreger.at/post/31061864903/design-thinking-tools-sind-kruucken>, geprüft am 5.12.2012
- HEIDBRINK,** Ludger. »Wie die Information uns verwirrt«. am 30.4.2003, Die Zeit. <http://www.zeit.de/2003/19/ST-Castells>, geprüft am 5.12.2012
- HOCHSCHULE PFORZHEIM.** »Master of Arts in Creative Direction. Career.« <http://www.designpf.com/master-creative-direction/program-details/career/>, geprüft am 8.12.2012
- HORX,** Matthias. »Politik jenseits der Lager« am 7.5.2010. <http://www.horx.com/FutureBlog/Politik-jenseits-der-Lager.aspx>, geprüft am 5.12.2012
- KERN,** Ulrich. »Interdisziplinäre Kreativität: Die sieben Phasen des Design Thinking. Reader zur Veranstaltung im SS 2012«. http://www4.fh-swf.de/media/downloads/fbma/download_7/professorinnen/kern/modulskripte/gestaltungsprojekt/7-Phasen_Design_Thinking_Reader.pdf, geprüft am 5.12.2012
- KRIES,** Mateo. »Wollt ihr das totale Design?« am 14.4.2010, Die Welt. http://www.welt.de/welt_print/kultur/article7172645/Wollt-ihr-das-totale-Design.html, geprüft am 13.10.2012
- KROLL,** Christian/**LAYARD,** Lord Richard. »Gute Politik hat nur ein Ziel – das menschliche Glück« am 20.10.2011, Die Welt. <http://www.welt.de/dieweltbewegen/article13671572/Gute-Politik-hat-nur-ein-Ziel-das-menschliche-Glueck.html>, geprüft am 10.12.2012
- KRUSE,** Peter im Interview mit Reinhard, Ulrike. »Peter Kruse: Die Politik sollte Partizipation wagen« am 4.12.2009. <http://www.carta.info/17863/peter-kruse-interview-partizipation-netz/>, geprüft am 6.12.2012

- KRUSE**, Peter. »Aktivierung kollektiver Intelligenz/Kommunikation – Peter Kruse 5. Juli 2010 Enquete Netzpolitik«. Hochgeladen am 15.7.2010. http://www.youtube.com/watch?v=_YTBmkoWpoY, geprüft am 5.12.2012
- KUGLER**, Martin. »Ein ›Amt für unlösbare Probleme« am 23.11.2012, Die Presse. http://www.diepresse.com/home/panorama/wien/1316298/Ein-Amt-fuer-unloesbare-Probleme?_vl_backlink=/home/panorama/wien/index.do, geprüft am 5.12.2012
- MANDL**, Heinz. »Implizites Wissen explizit machen«. http://www.km-a.net/kmjournal/Pages/Mandl_ImplizitesWissenexplizitmachen.aspx, geprüft am 13.11.2012
- MUTIUS**, Bernhard von. »Bernhard von Mutius über Kreativität und Innovation«. Hochgeladen am 21.8.2010. http://www.youtube.com/watch?v=muDTF32_A6U, geprüft am 5.12.2012
- N-TV**. Kurznachrichten. »Röttgen gegen altes Lagerdenken bei Koalitionen« am 14.4.2012. <http://www.n-tv.de/ticker/Roettgen-gegen-altes-Lagerdenken-bei-Koalitionen-article6022116.html>, geprüft am 18.10.2012
- NÜSSLEIN**, Georg. »Unglücklicherweise ist Glück schwer zu messen« am 25.9.2011, Die Welt. <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article13624515/Ungluecklicherweise-ist-Glueck-schwer-zu-messen.html>, geprüft am 8.11.2012
- PSYCHOLOGISCHES INSTITUT HEIDELBERG**. »Problemlösen (Seminar)«. <http://www.psychologie.uni-heidelberg.de/ae/allg/mitarb/ms/kpl.pdf>, geprüft am 5.12.2012
- RAMGE**, Thomas. »Warum einfach, wenn es auch kompliziert geht« im April 2007, brand eins. <http://www.thomasramge.de/showtext.php?t=63>, geprüft am 7.12.2012
- RAMS**, Dieter. »Dieter Rams: Zehn Thesen für gutes Design«. <http://www.vitsoe.com/de/ueber-vitsoe/gutes-design>, geprüft am 7.11.2012
- REUTER**, Wolf. »Wissen im Design«. <http://home.snafu.de/jonasw/PARADOXReuterD.html>, geprüft am 5.12.2012
- RICKENS**, Christian. »Sahra Wagenknechts erzliberales Manifest« am 25.7.2012, Spiegel. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/sahra-wagenknechts-konzept-zur-euro-rettung-a-845862.html>, geprüft am 18.10.2012
- RIGAULT**, Raoul. »Innerhalb des Marktes gibt es keine Lösung.« am 5.3.2010, Heise online, <http://www.heise.de/tp/artikel/32/32157/1.html>, geprüft am 5.12.2012
- SCHIAULINI**, Silvia. »Communication process as a collective experience«. Präsentation vom Januar 2011. <http://de.slideshare.net/silviaschiaulini/communication-process-as-a-collective-experience>, geprüft am 7.1.2013
- SCOBEL**, Gert (Moderator). »Komplexität – Was haben ein Tsunami und die Börse gemeinsam?«. Dokumentation auf 3sat, vom 15.5.2008. <http://www.3sat.de/mediathek/index.php?display=5&mode=playset&obj=8375>, geprüft am 5.12.2012
- SPIEKERMANN**, Erik. »Das Doppelleben des Designers (Anti-Design)«, am 1.11.2010, Fontblog. <http://www.fontblog.de/anti-design>, geprüft am 17.10.2012

- STARCK**, Philippe im Interview mit Bärnthaler, Thomas.
»Dem Design fehlt Idealismus und Moral«, Heft 16/2009,
Süddeutsche Zeitung Magazin, <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/28948/2/1>, geprüft am 31.10.2012
- STIFTUNG NEUE VERANTWORTUNG**. Interview mit Thomas Ramge.
»Das deutsche Bildungssystem erzieht uns systematisch
den Wunsch ab kreativ zu sein«. <http://www.stiftung-nv.de/141263,1031,141260,-1.aspx>, geprüft am 5.12.2012
- SWR2 FORUM**. »Schnell mal eingreifen. Künstlerische, kriegerische
und andere Interventionen« vom 27.11.2012 (2012a).
[http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/
swr2-forum/rueckschau/-/id=660194/nid=660194/
did=10480916/1i4umlz/index.html](http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/swr2-forum/rueckschau/-/id=660194/nid=660194/did=10480916/1i4umlz/index.html), geprüft am 5.12.2012
- SWR2 FORUM**. »Grauzone CIA. Wie mächtig ist der Geheimdienst?«
vom 22.11.2012 (2012b). [http://www.swr.de/swr2/
programm/sendungen/swr2-forum/rueckschau/-/id=
660194/nid=660194/did=10449110/17fysj5/index.html](http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/swr2-forum/rueckschau/-/id=660194/nid=660194/did=10449110/17fysj5/index.html),
geprüft am 5.12.2012
- TAGESTHEMEN**. ARD, »Tagesthemen« vom 12.9.2012.
[http://www.ardmediathek.de/das-erste/tagesthemen/
tagesthemen?documentId=11718360](http://www.ardmediathek.de/das-erste/tagesthemen/tagesthemen?documentId=11718360), geprüft am 8.12.2012
- THEIMER**, Sharon. »Promises, Promises: Records not so open with
Obama« am 16.3.2010, The Guardian. <http://www.guardian.co.uk/world/feedarticle/8991782>, geprüft am 7.1.2013
- VOSS**, Jan-Peter. »Reflexivität in der Politik« Vortrag am 17.6.2008
beim Workshop »Governance für Nachhaltige Entwicklung:
Prinzipien und praktische Relevanz«.
[http://www.governance.at/pdf/workshops/2008-06-16/
12_Voss.mp3](http://www.governance.at/pdf/workshops/2008-06-16/12_Voss.mp3), geprüft am 5.12.2012
- WELAN**, Manfred. »Was erwarten wir vom Politiker? Diskussions-
papier Nr. 67-R-97« im Dezember 1997. [http://www.boku.
ac.at/wpr/wpr_dp/dp-67.pdf](http://www.boku.ac.at/wpr/wpr_dp/dp-67.pdf), geprüft am 5.12.2012
- WÖHLKE**, Johanna Renate. »Wurstdesigner braucht niemand« am
14.7.2012, Hamburger Abendblatt. [http://www.abend
blatt.de/region/lueneburg/article2338683/Wurstdesgner-
braucht-niemand.html](http://www.abendblatt.de/region/lueneburg/article2338683/Wurstdesigner-braucht-niemand.html), geprüft am 8.10.2012
- WORLD OF QUOTES**. »123 Famous Quotes by Thomas Jefferson«.
[http://www.worldofquotes.com/author/
thomas+jefferson/1/index.html](http://www.worldofquotes.com/author/thomas+jefferson/1/index.html), geprüft am 16.12.2012
- WORTSCHATZ UNI LEIPZIG**. [http://www.wortschatz.uni-leipzig.de/
Papers/top1000de.txt](http://www.wortschatz.uni-leipzig.de/Papers/top1000de.txt), geprüft am 7.11.2012
- ZEIT-ONLINE**. »Unwort des Jahres ist »alternativlos««. am 18.1.2011.
[http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-01/
unwort-2010-alternativlos](http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-01/unwort-2010-alternativlos), geprüft am 5.12.2012

ZITAT-VERZEICHNIS

ZITAT 01. Hardt, Kobuss (2012), S. 19

ZITAT 02. Felicidad Romero-Tejedor, in einer Mail an den Autor vom 28.11.2012

ZITAT 03. Friedrich August von Hayek, zitiert nach Hardt, Kobuss (2012), S. 156

ZITAT 04. Karl Marx, zitiert nach Schöffner (2010), S. 38

ZITAT 05. Albrecht (2011), S. 10

ZITAT 06. Schiaulini (2011), Folie 7

ZITAT 07. Thomas, Jefferson, 1809, zitiert nach World of Quotes (2012)

ZITAT 08. Dieter Rams, in Conrads, Stromberg, Teut (1972), S. 110

ZITAT 09. Shawn McKinney, zitiert nach Holston (2011), S. XII

ZITAT 10. Baur (2011), S. 26

ZITAT 11. Hardt, Kobuss (2012), S. 32

ZITAT 12. Michael Polanyi, zitiert nach Mareis (2010b), S. 124

ZITAT 13. David Pye, zitiert nach Mareis (2010b), S. 121

ZITAT 14. Reuter (2012)

ZITAT 15. Uwe Loesch, in einer Mail an den Autor vom 28.10.2012

ZITAT 16. Reck (2012), S. 41

ZITAT 17. Dorst (2006), S. 176

ZITAT 18. Dorst (2006), S. 177

ZITAT 19. Joseph Beuys, zitiert nach von Mutius (2004b), S. 15

ZITAT 20. John Dewey, zitiert nach Döge (2012), S. 145

ZITAT 21. Deutscher Bundestag (2012b), S. 25646

ZITAT 22. Bolz (2005), S. 140

ZITAT 23. Michael B. Hardt, in einer Mail an den Autor vom 1.12.2012

ZITAT 24. Horx (2010)

ZITAT 25. Fry (2011), S. XIII

ZITAT 26. Hannah Arendt, zitiert nach von Mutius (2004b), S. 26

ZITAT 27. Michael B. Hardt, in einer Mail an den Autor vom 1.12.2012

ZITAT 28. Hardt, Kobuss (2012), S. 156

ZITAT 29. De Bono (2009)

ZITAT BUCHRÜCKSEITE. Höger, Stutterheim (2005), S. 7

ABBILDUNGS-VERZEICHNIS

ABB 01. Ulrich Liesch

ABB 02. Berlin, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung.

In: Ullrich, Wolfgang (Hg.). »Macht zeigen. Kunst als Herrschaftssymbol«. Berlin 2010, S. 114

ABB 03. Dieter Bauer/Focus Magazin (Oskar Kokoschka/
VG Bild-Kunst, Bonn 2010).

In: Ullrich, Wolfgang (Hg.). »Macht zeigen. Kunst als Herrschaftssymbol«. Berlin 2010, S. 115

ABB 04. Klaus Staeck. 2005. »PL Thema Gewerkschaften«.

Auf: http://www.edition-staeck.de/index.html?d_PL291_PL_Thema__Gewerkschaften2365.htm, geprüft am 3.1.2013

ABB 05. Otto Neurath. 1929. »Wohndichte in Großstädten«.

Auf: <http://infographix.tumblr.com/page/8>,
geprüft am 8.1.2013

ABB 06. Ulrich Liesch.

Nach: Schneider, Jakob/Stickdorn, Marc. »This is Service Design Thinking«. New Jersey 2011, S. 122 f.

ABB 07. Ulrich Liesch.

Nach: Meinel, Christoph/Plattner, Hasso/Weinberg, Ulrich.
»Design Thinking. Innovation lernen – Ideenwelten öffnen«. München 2009, S. 114

ABB 08. Ulrich Liesch.

Nach: Ambrose, Gavin/Harris, Paul. »Design Thinking. Fragestellung, Recherche, Ideenfindung, Prototyping, Auswahl, Ausführung, Feedback«. München 2010, S. 12

ABB 09. Ulrich Liesch.

Nach: Kern, Ulrich. »Interdisziplinäre Kreativität: Die sieben Phasen des Design Thinking. Reader zur Veranstaltung im SS 2012«. Folie 43

Auf: http://www4.fh-swf.de/media/downloads/fbma/download_7/professorinnen/kern/modulskripte/gestaltungsprojekt/7_Phasen_Design_Thinking_Reader.pdf,
geprüft am 5.12.2012

ABB 10. Ulrich Liesch

ABB 11. Ulrich Liesch.

Nach: Lasswell, Harold D.

In: Jann, Werner/Wegrich, Kai. »Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle«

In: Bandelow, Nils C./Schubert, Klaus (Hg.). »Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0«. München 2009, S. 77

ABB 12. Ulrich Liesch.

Nach: Simon, Herbert A.

In: Jann, Werner/Wegrich, Kai. »Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle«

In: Bandelow, Nils C./Schubert, Klaus (Hg.). »Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0«. München 2009, S. 77

ABB 13. Ulrich Liesch.

Nach: Easton, David.

In: Jann, Werner/Wegrich, Kai. »Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle«

In: Bandelow, Nils C./Schubert, Klaus (Hg.). »Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0«. München 2009, S. 78

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG**ABB 14.** Ulrich Liesch.

Nach: Jann, Werner/Wegrich, Kai. »Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle«

In: Bandelow, Nils C./Schubert, Klaus (Hg.). »Lehrbuch der Politikfeldanalyse 2.0«. München 2009, S. 82

ABB 15. Ulrich Liesch**ABB 16.** Ulrich Liesch**ABB 17.** Ulrich Liesch**ABB 18.** Unbekannt.

In: Norman, Donald A. »Living with Complexity«. Cambridge 2011, S. 59

ABB 19. Horst W. J. Rittel.

In: Rittel, Horst W. J. »Planen, Entwerfen, Design. Ausgewählte Schriften zu Theorie und Methodik«. Stuttgart 1992, S. 141

ABB 20. Ulrich Liesch.

Nach: Bohm, David.

In: Döge, Peter. »Politik neu denken. Politiktheorie, Politikanalyse und Politische Ethik jenseits von Newton und Descartes«. Frankfurt a. M. 2012, S. 152

ABB 21. Bild-Zeitung vom 3.11.2011, S. 1.

Auf: <http://www.bildblog.de/wp-content/Euroweg.jpg>,
geprüft am 8.1.2013

Hiermit erkläre ich an Eides statt, diese Arbeit selbstständig und ohne unzulässige Hilfe Dritter geschrieben zu haben. Alle nicht selbstverfassten Texte wurden als Zitat markiert und ihre Quellen im Literaturverzeichnis vollständig angegeben.

Pforzheim, 17. Januar 2013.

Ulrich Liesch

Design und Politik sind zwei gesellschaftlich sehr relevante Bereiche, die das gemeinsame Ziel verbindet, gegebene Zustände zu optimieren. In dieser Arbeit wird der Frage nachgegangen, ob es möglich ist, Wissen aus dem Designprozess auf politische Prozesse zu übertragen und dadurch gesellschaftlichen Nutzen zu erzielen.

Design und Politik vereint vieles. Beide haben mit der Gestaltung von Lebenssituationen zu tun.

Hans Höger und Kerstin Stutterheim, Design- und Medientheoretiker