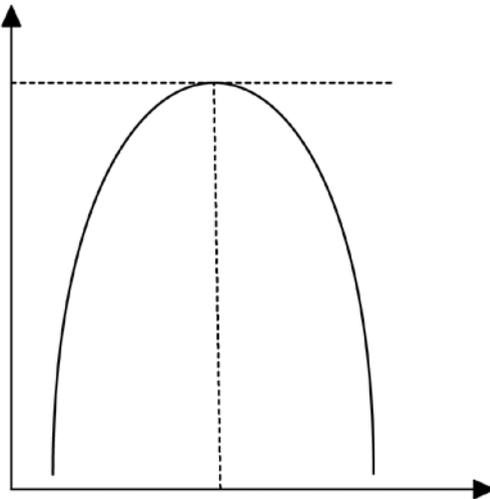


Frieder
Bohaumilitzky

Design in der
Postdemokratie



Hamburger Papiere zur Designtheorie
und -forschung an der HFBK Hamburg

Frieder
Bohaumilitzky

Design in der
Postdemokratie

Master-Arbeit im Studienschwerpunkt Design

Betreuende Professoren:
Jesko Fezer, Dr. Friedrich von Borries

Reihenherausgeber:
Jesko Fezer, Dr. Friedrich von Borries
Gestaltungskonzept: Friederike Wolf
Umsetzung: Frieder Bohaumilitzky
Korrekturen: Marie-Theres Böhmker
Druck: Scharlau

material 383-15

Materialverlag
der Hochschule für Bildende Künste Hamburg
2019

Hamburger Papiere zur Designtheorie
und -forschung an der HFBK Hamburg

Inhalt

6	Der Political Turn im Design	26	Design in der Postdemokratie
9	Demokratie im Designdiskurs	36	Ästhetische Praktiken in der Politik
20	Postdemokratie und Krise der Demokratie	44	Design gegen Design

Der Political Turn im Design

Gegenwärtig geschehen an vielen Stellen der Welt Ereignisse, die unsere Vorstellungen von politischen Gegebenheiten auf die Probe stellen. Das Votum der Briten für den sogenannten Brexit, die Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten oder der Einzug einer Partei wie der AfD in den Bundestag erschienen uns im Vorfeld zwar als bedrohliche Szenarien, doch so richtig wollte zunächst niemand glauben, dass sie auch eintreten würden. Plötzlich erscheinen uns politische Gewissheiten als ungewiss. Dass den demokratisch verfassten Systemen Gefahren drohen, wird in der Politikwissenschaft schon länger erkannt. Die These einer Krise der Demokratie ist zu einem der wichtigsten empirischen und das Konzept der Postdemokratie zu einem der wichtigsten normativen Forschungsfelder geworden.¹ Auch der Designdiskurs hat Demokratie für sich als Sujet entdeckt und diskutiert eine zunehmende Konvergenz von Design und Demokratie.²

Noch vor einigen Jahren wurde das Politische im Design jedoch seltener betont als gegenwärtig und der Handlungsbedarf des Designs angesichts aktueller politischer Herausforderungen nicht so vehement beschrieben. Der Designer Christoph Dittmann beschrieb die Diskussion über politische Aspekte der Gestaltung im Jahr 2004 noch als einen Konflikt zwischen Theorie und Praxis des Designs. Diesbezügliche Überlegungen wären zwar auch außerhalb von Lehre und Forschung geäußert worden, entstanden jedoch aus finanziell gesicherter Position und hätten keinen Bezug zur praktischen Arbeit gehabt.³ Auch 2006 befand der Designer und Designforscher Gui Bonsiepe, dass die Frage von Design und Demokratie bis auf wenige löbliche Ausnahmen keine Popularität genieße.⁴ Der Designtheoretiker Victor Margolin äußerte 2012 noch, dass das Wesen von Demokratie kein gewöhnlicher Inhalt von Gesprächen unter Designern sei.⁵ Der Designer und Designforscher Jesko Fezer fasste 2017 zusammen, dass es noch vor kurzem nahezu anrühlich war, wenn Designer politisch waren, sein wollten oder überhaupt eine engere Verbindung zwischen Politik und Gestaltung zogen. Theoretische Beobachtungen, akademische Ansprüche und professionelle Verlautbarungen hätten sich jedoch inzwischen eine politische Anmutung zugelegt.⁶

Damit hat der Designdiskurs seine Perspektive signifikant gewandelt. Inzwischen verwundert es, dass die Disziplin in den letzten beiden Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts kaum für sich in Anspruch genommen hat gesellschaftlich zu wirken und vor allem als Instrument zur Umsatzsteigerung, als markenbildende Profession und als wichtige Inspiration für Produktinnovation gewirkt hat.⁷ Heute werden politische Herausforderungen im Designdiskurs vermehrt beschrieben und es wird ein Handeln seitens des Designs gefordert. Die Designtheoretikerin Claudia Banz erkennt etwa angesichts von realen und gefühlten politischen, ökonomischen und ökologischen Umbrüchen der Gesellschaft im Anthropozän und den daraus erwachsenden sozialen Krisen einen zunehmenden Handlungsbedarf des Designs.⁸ Der Designer und Designforscher Ezio Manzini und der Designtheoretiker Victor Margolin veröffentlichten 2017 einen offenen Brief an die Designcommunity und forderten Designer dazu auf, für die Demokratie aufzustehen. Sie sehen die Demokratie auch in den Ländern in Gefahr, in denen sie unerschütterlich erschien, und das Design in der Verantwortung zu handeln.⁹ Der Designphilosoph Tony Fry fordert gar, dass Design Politik werden solle.¹⁰ Die sich gegenwärtig ausbreitende Perspektive auf Design als Werkzeug willentlicher gesellschaftlicher Veränderung scheint zunächst unbestritten.¹¹ Geht es jedoch darum, wie Design die Demokratie verteidigen soll, ist es mit der Einigkeit vorbei. Der Designdiskurs erweist sich bezüglich der Frage des Wie als durchaus heterogen.

Die vorliegende Arbeit nimmt den Diskurs zur Krise der Demokratie und das Konzept der Postdemokratie zum Anlass, die unterstellte Konvergenz von Design und Demokratie einmal genauer zu betrachten.

Ermöglicht wurde die neue Popularität einer Verbindung von Politik und Design erst durch die theoretische Unterscheidung zwischen der Politik und dem Politischen.¹² Eine Unterscheidung, wie sie unter anderem von Tony Fry getroffen wird. Er differenziert in seinem Werk *Design as Politics* zwischen der Politik als institutionalisierte Praxis von Individuen, Organisationen und Staaten und dem Politischen, als weiter gefasste Sphäre von in die Struktur von Gesellschaft eingebetteten Aktivitäten und dem Verhalten von Menschen als politische Wesen.¹³ Ähnlich unterscheidet auch der Designer und Designforscher Carl DiSalvo. Er definiert in seinem Aufsatz *Design, Democracy and Agonistic Pluralism* Politik als die Strukturen und Mechanismen, die das Regieren ermöglichen und das Politische als eine Bedingung von Gesellschaft.¹⁴ Vermehrt wird nun ein Einfluss des Designs auf die Gesellschaft diagnostiziert und konstatiert, dass dieser politisch sei. So schreiben die Soziologen Sophia Prinz und Stefan Moebius in ihrer Einleitung *Zur Kulturosoziologie des Designs*:

„[...] es sind gerade diese allzu vertrauten Dinge, die aufgrund ihrer nur peripher wahrgenommenen Selbstverständlichkeit und dem stillen Zwang ihrer materiellen Widerständigkeit die kulturellen Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata umso nachhaltiger prägen. Das (anonyme) Design reproduziert mit anderen Worten eine kulturell und historisch spezifische Material- und Formensprache, die nicht einfach nur eine tiefer liegende Sozialstruktur widerspiegelt, sondern selbst strukturierend wirkt, da sie die verschiedensten routinisierten Praktiken stets begleitet oder gar erst ermöglicht.“¹⁵

Tony Fry bezeichnet auch ein Design jenseits der Anfertigung von *images, branding* und der damit verbundenen Gestaltung von Werbemitteln für Politik als politisch, weil es der ideologischen Verkörperung einer Politik sowohl Richtung als auch materielle Form verleiht. Städte, Krankenhäuser, Gefängnisse, Büros, Fabriken, Zuhause, Parks, öffentliche Verkehrsmittel,

- 1 Vgl. Ritz, Claudia (2014): Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S. 12.
- 2 Vgl. Margolin, Victor (2012): Design and Democracy in a Troubled World. <http://www.design-democracy.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-and-Democracy-in-a-Troubled-World-.pdf> (zuletzt abgerufen am 30.01.2018)
- 3 Vgl. Dittmann, Christoph (2004): Gestaltung und Politik. In: *werk und zeit*. Oktober 2004. S. 23.
- 4 Vgl. Bonsiepe, Gui (2006): Design and Democracy. In: *Design Issues*, Volume 22, Number 2 Spring 2006. S. 27.
- 5 Vgl. Margolin, Victor (2012): Design and Democracy in a Troubled World. <http://www.design-democracy.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-and-Democracy-in-a-Troubled-World-.pdf> (zuletzt abgerufen am 30.01.2018)
- 6 Vgl. Fezer, Jesko (2017): Parteisches Design Speak Up! In: *form* 272/2017. S. 101.
- 7 Vgl. Beucker, Nicolas (2016): Design und die Sichtbarkeit möglicher Zukünfte. In: Banz, Claudia (Hg.) *Social Design. Gestalten für die Transformation der Gesellschaft*. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 35.
- 8 Vgl. Banz, Claudia (2016): Einleitung. In Banz, Claudia (Hrsg.): *Social Design. Gestalten für die Transformation der Gesellschaft*. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 7.
- 9 Vgl. Mazini, Ezio/ Margolin, Victor (2017): Open Letter to the Design Community: Stand Up For Democracy. <http://www.design-democracy.org/open-letter-stand-up-democracy/> (zuletzt abgerufen am 14.01.2018)
- 10 Vgl. Fry, Tony (2011): *Design as Politics*. Berg, New York. S. 11f.
- 11 Vgl. Fezer, Jesko (2017): Parteisches Design Speak Up! In: *form* 272/2017. S. 100.

Betriebsmittel, Infrastruktur, öffentliche Information etc. seien an spezifische Vorstellungen der Betrachtung von und des Umgangs mit Menschen gebunden.¹⁶ Auch Claudia Banz befindet, dass Menschen wie Dinge auch ein Produkt der sozialen Diskurse und kulturellen Praktiken ihrer jeweiligen Zeit sind und, dass so, wie wir die Dinge kreieren und beeinflussen, sie auch uns „machen“ und beeinflussen würden.¹⁷

Angesichts der vielfältigen politischen Herausforderungen unterscheiden sich auch die Handlungsmuster im Designdiskurs. In ihrem offenen Brief führen Ezio Manzini und Victor Margolin eine über die Unterscheidung des Politischen von der Politik hinausgehende, weitere Differenzierung ein, die so weit gefasst ist, dass sie eine Einordnung der vorherrschenden Handlungsmuster erlaubt:

„We do not have to share exactly the same idea of what democracy is: to defend it as a core value, it is enough to recognize the strong convergence between democracy and design in four respects: design of democracy – improving democratic processes and the institutions on which democracy is built; design for democracy – enabling more people to participate in the democratic process, especially through the use of technology; design in democracy – building access, openness and transparency into institutions in ways that assure equality and justice; design as democracy – the practice of participatory design so that diverse actors can shape our present and future worlds in fair and inclusive ways.“¹⁸

Design for Democracy

International haben sich länderspezifische Varianten eines *design for democracy* herausgebildet. In Amerika entwickelt das *design for democracy* Programm des *American Institute of Graphic Arts* im Auftrag der *U.S. Election Assistance Commission* Leitfäden, wie etwa das Kompendium *Effective Designs for the Administration of Federal Elections*.¹⁹ Auch das amerikanische *Center for Civic Design* versteht Demokratie als Designthematik²⁰ und versucht in mehreren Projekten die Information von Wählern und die Gebrauchstauglichkeit von Wahlunterlagen zu untersuchen und verbessern²¹. Das Projekt *Design+Democracy* des *Massey University's College of Creative Arts* in Neuseeland konzipiert spieleähnliche Apps wie *OntheFence* auf nationaler oder *VoteLocal* auf lokaler Ebene, die politische Präferenzen junger Wähler mit Parteiprogrammen und Kandidaten vergleichen, um so Vertrauen in die

Politik aufzubauen.²² In Deutschland gibt es seit 2002 den *Wahl-O-Mat* der *Bundeszentrale für politische Bildung*, der sich als eine feste Informationsgröße im Vorfeld von Wahlen etabliert hat.²³

Solche herkömmlichen Ansätze eines *design for democracy* werden jedoch etwa von Carl DiSalvo kritisiert. Er beruft sich dabei auf ein Verständnis von Demokratie als agonistischem Pluralismus, wie es auch von der Politikwissenschaftlerin Chantal Mouffe beschrieben wird. DiSalvo beschreibt agonistischen Pluralismus als den produktiven Wettbewerb und Kampf zwischen konkurrierenden Idealen, Werten und Überzeugungen, der in allen Formen sozialer Praxen und materiellen Verbindungen, einschließlich Bräuche, Gesetze, Institutionen, gebauter Umwelt und entworfenen Produkte stattfindet. Das Problem der Politik bestehe darin, dass die Strukturen und Mechanismen des Regierens diese Wettkämpfe häufig verbergen oder mildern würden. Entweder weil sie versuchen, den öffentlichen Streit zu reduzieren und Regierungsprozesse zu glätten oder weil sie darauf abzielen, die Hegemonie auszuweiten. Dabei geben sie vor Ausdrucksformen und Handlungsoptionen zu bieten, verfolgen dagegen jedoch eigentlich das Ziel, von der Kontroverse abzulenken und den Status Quo zu erhalten.

DiSalvo findet Projekte, die zum Beispiel die Verständlichkeit von Stimmzetteln verbessern oder entscheidungsrelevante Kenntnisse vermitteln sollen, zwar wichtig, betont jedoch, dass diese nicht in einem agonistischen Sinne politisch seien. Ansätze eines *design for democracy* würden hingegen vorwiegend eine am Konsens orientierte Vorstellung von Regieren implizieren. Sie dienen demnach vielmehr dazu, die allgemein akzeptierten Mittel der Politik zu unterstützen und schwächen so produktive Meinungsverschiedenheiten ab.²⁴

Design as Democracy

In seinem Plädoyer für ein parteiisches Design attestiert Jesko Fezer der Politik ebenfalls einen Mangel an Politischem im agonistischen Sinne. Die Konstruktion und Behauptung von Sachzwängen und die Delegation von umstrittenen Fragen an Expertenkommissionen seien zwei weitere Spielarten einer postpolitischen Politik.²⁵ Claudia Banz vertritt die Auffassung, dass aktivistisches oder soziales Design versuchen würde, die Defizite des politischen Engagements zu füllen und dabei in die Lücken tritt, die der Staat beim stetigen Rückzug aus der sozialen Verantwortung für die Gesellschaft und die Bürger hinterlässt.²⁶ Ein potentieller Ansatz dafür wäre ein

design as democracy. Nach Ezio Manzini und Victor Margolin sollen dessen partizipatorische Ansätze eine faire und inklusive Gestaltung der Zukunft ermöglichen.²⁷

Es stellt sich jedoch die Frage, ob diese Ansätze nach den Kriterien eines agonistischen Pluralismus nicht ebenso wenig politisch sind, wie die Ansätze eines *design for democracy*. So erkennt der Designwissenschaftler Guy Julier in dem Wunsch Bürger zu repräsentieren und dem Anspruch Regierungsführung zu öffnen und zu demokratisieren eine Zwickmühle und fragt: „How is design sometimes used to iron out difference or dissent in what it means to be a citizen [...]?“²⁸

Partizipatorisches Design ist zudem kein neues Phänomen, schreibt die Designerin, Design- und Kulturwissenschaftlerin Claudia Mareis. Schon in den 1950er Jahren wäre das Fehlen eines partizipatorischen Designdiskurses zunächst in der Stadtplanung und Umweltgestaltung kritisiert worden. In den 1960er Jahren habe die Designmethodologie eine Systematisierung und Professionalisierung der Entwurfsmethoden und Designausbildung angestrebt und auch die Frage nach Teilhabemöglichkeiten am Expertendiskurs eröffnet. Innerhalb der Designmethodologie wurde der Designbegriff bereits sehr weit gefasst und zum Gegenstand sämtlicher Gestaltungs- und Optimierungsaktivitäten artifiziiell erzeugter Systeme und Umwelten erklärt. Aus der Diskrepanz zwischen dem weit gefassten, inklusiven Designbegriff und einer hochspezialisierten, exklusiven Praxis der Planung entstand in den 1970er Jahren die Forderung nach einer Demokratisierung des Designbegriffs. Mit dem Transfer der politischen Ansätze und Methoden des partizipatorischen Design von der Stadtplanung in den Bereich der Computer- und Arbeitswissenschaften in den 1980er Jahren verschoben sich jedoch auch die Rollenbilder, etwa von der Rolle des Planers zur Rolle des Managers.²⁹

Mit der Methode des *design thinking* öffneten sich die *tools* des Designs auch für den managerialen Diskurs, Design wurde hier jedoch weniger mit ästhetischen Erwägungen als vielmehr mit Innovation assoziiert. Die mit dem Computer auftauchenden Methoden des *rapid prototyping* gewannen auch in diesem Diskurs zügig an Bekanntheit.³⁰ Es ist unklar welches Interesse an der jeweils anderen Perspektive eigentlich ausschlaggebend war, Design besitzt immer schon das Talent, auf jeden Zug aufzuspringen, der erfolgversprechend erscheint und hat mit seinen Kompetenzen zugleich das Interesse fremder Disziplinen wie Organisationsentwicklung, Management und Innovationsforschung erweckt, die Auswege aus eigenen Sackgassen zu finden hoffen.³¹

	1970-	1980-	1990-	2000-	2010-
interior design		corporate identity packaging	branding		
textile design fashion design					
interior design		retail design exhibition design	leisure design experience design		
graphic design		multimedia design	web design		mobile application design
		design management	user-centred design	interaction design service design design thinking design activism	social design design for social innovation strategic design design for policy
furniture design				design art critical design	
industrial design engineering design		green design	concurrent design sustainable design		
transport design building design			urban design		

The accumulation of design specialisms

Schematische und grob vereinfachte Darstellung der Verbreitung von Designspezialisierungen, die allenfalls zur Orientierung dienen kann.

Quelle: Julier, Guy (2017): *Economies of Design*. Sage Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne, S. 5.

Paola Pierri kritisiert, dass mit partizipativem Design nur die Illusion aufrecht erhalten würde, echte Partizipation ließe sich ersetzen. Je mehr Räume, Plattformen und *tools* entwickelt werden, um jedem Partizipation in gleichem Maße zu ermöglichen, desto mehr würden Strukturen unausgeglichener Macht und ungleich verteilte Handlungskapazitäten reproduziert.³² Das Verständnis von Partizipation divergiert also von den radikalen Formen des politischen Aktivismus im Kontext von gesellschaftlichen und politischen Fragestellungen bis hin zur der oberflächlichen, manipulativen Einbeziehung von Konsumenten bei der Produktentwicklung.³³ Was den einen als Möglichkeit erscheint, eine Legitimitäts- und Effizienzkrise der Institutionen zu überwinden und Unmittelbarkeit sowie Transparenz zu schaffen³⁴, betrachten andere als ein permanentes *user-feedback* und bezweifeln die Tauglichkeit als Instrument zur Lösung von Problemen, die aus einem Machtungleichgewicht und sozialer Ungerechtigkeit resultieren³⁵. Auch Claudia Mareis schreibt:

„Von kritischer Bedeutung ist bei all den unterschiedlichen Modellen, Projekten und Praktiken also die Frage, wie sich vorherrschende Macht/Wissen-Komplexe [...] innerhalb von organisierten und dadurch zwangsläufig vorstrukturierten Teilhabeprozessen überhaupt neu konstituieren können – oder ob sich nicht im Gegenteil hegemoniale Machtgefüge und bestehende soziale Strukturen dadurch gerade re-aktualisieren [sic!] und stabilisieren.“³⁶

Jesko Fezer benennt zudem einen Widerspruch, den er zwar für wohlbekannt, aber unauf lösbar hält. Der Designer hat ein selbstbezogenes Interesse an den Problemen anderer. In der Geschichte des Designs als Träger aufklärerischer und universalistischer Ideale ist Design immer eine wohlwollend paternalistische Praxis gewesen, dessen Handlung sich auf andere und deren vermeintlichen Probleme bezog. Das Selbstverständnis der Designer, Architekten und Planer hat einen Blick auf andere kultiviert, denen Gutes angetan wird:

„Weil der oder die andere aber eben schwer zu begreifen ist, bleibt dieser Fremdbezug des Designs notwendigerweise immer auch ein Selbstbezug der Designer, um jenes Unverständnis zu kompensieren. Auch engagierte Gestaltungsansätze wie Social oder Critical Design bleiben diesem Dilemma verhaftet, denn es geht immer auch um andere: um diejenigen, denen geholfen wird, denen Design zugutekommen soll oder jene, die es betrachten und Erfahrungen machen und Erkenntnisse bekommen.“³⁷

Diese Herausforderung, Hierarchien im Verhältnis zu anderen oder zumindest ihre Wirkung zu mindern, bleibt demnach auch in Partizipation und Co-Design bestehen.³⁸

Design in Democracy

Ezio Manzini und Victor Margolin formulieren in ihrem *Open Letter to the Design Community: Stand Up for Democracy* auch einen normativen Anspruch an ein *design in democracy*. In die Institutionen müsse Zugang, Offenheit und Transparenz eingebaut werden, um Gleichheit und Gerechtigkeit zu gewährleisten.³⁹ Dabei lässt sich ein *design in democracy* gar nicht so einfach von einem *design as democracy* abgrenzen, denn die Grenzen erscheinen fließend. In seinem Paper *Design and Democracy in a Troubled World* aus dem Jahr 2012 beschreibt Victor Margolin *design in democracy* zum einen als Initiativen des Designs, die spezifisch auf demokratische Ziele, wie der Implementierung grundlegender Menschenrechte, reagieren und versuchen, den Zugang zu Nahrung, Unterkunft, Gesundheitsversorgung und Bildung zu gewährleisten. Zum anderen adressiert er mit einem *design in democracy* auch ökologische Aufgaben, wie den verantwortungsvollen Umgang mit Energie. Er verbindet also soziale Fragen mit Fragen der Ökologie und bemüht weiter, um das Feld zu umreißen, die Unterscheidung eines sozialen von einem marktorientierten Design. Im Gegensatz zu einem *social design* wäre ein *design in democracy* jedoch inklusiver und würde weit mehr Menschen als Nutznießer einer sozialverantwortlichen Designpraxis umfassen: „Environmental issues, for example, affect everyone, as do issues of decent housing, nourishing food, quality health care, and good education.“⁴⁰

Nach den Designforschern Gesche Jost und Andreas Unteidig lässt sich heute im Design ein sozialer und politischer *shift* mit einer neuen Qualität erkennen, der über das vermehrt zu beobachtende strategische Design, *design thinking* sowie *social innovation* und *entrepreneurship* sichtbar wird.⁴¹ Armstrong et al. erkennen in der *social design* Bewegung eine Verschiebung in Richtung *open* oder *networked governance*.⁴² Claudia Banz konstatiert, dass sich politische Aktionspläne an designerische Methoden und Praktiken annähert hätten. Vorausgegangen sei ein Prozess, der auch in der Politik zu einem Verständnis von Design geführt hat, das über Produkte und deren Ästhetik hinausreicht. Die neue Vision sähe vor, dass Designer politische Entscheider werden und politische Entscheider Designer.⁴³ Der Designphilosoph Cameron Tonkinwise schreibt:

„Design research promises to poll people about what they really want and designers commit those opinions into the materialized policies that are products, environments, platforms and services. This version of designing then begins to displace formal democracy. With rapidly flexible digital products and systems, designers almost promise direct democracy, with perpetual polling about, and so weekly upgrades to, the forms and features of goods and services.“⁴⁴

Die sich aus der Kritik an den partizipatorischen Handlungsmustern des *design as democracy* ergebenden Fragen werden von Guy Julier für ein *design in democracy* angesichts multipler und komplexer Herausforderungen, wie etwa dem Klimawandel, der Gesundheit sowie Pflege oder der Überalterung der Gesellschaft partiell relativiert:

„The sticky questions that revolve around networked governance that arise here may be regarded as challenges that can never go away. They are things that we should be constantly vigilant to and that constantly reconstitute themselves as problems as we address them. They emerge, it could be argued, through the ongoing consideration of high-level challenges that governments, policymakers and their designers confront. In the meantime, multiple, complex problems have to be addressed.“⁴⁵

Für die Problemlösung auf dem Feld derartiger Herausforderungen kämen insbesondere gestalterische Herangehensweisen in Frage, so Guy Julier. Er zitiert den CEO des *Dansk Design Center: Design research* erlaube es erstens die Architektur von Problemen aufzuzeigen und herauszufinden wie die Komponenten zusammenpassen, die die Herausforderungen begründen. Die gestalterischen *tools* zur ethnografischen, qualitativen sowie *user*-zentrierten Recherche und die Möglichkeiten zur Prototypisierung von Lösungen sowie Visualisierung von Daten würden beim Verstehen helfen. Zweitens würde Design Gruppenkreativität stimulieren. Durch ihre *tools* wären Designer in der Lage nutzbare Schnittstellen zwischen politischen Entscheidungsträgern, Interessens- und Lobbygruppen sowie Bürgern und Wirtschaftsvertretern zu bieten. Drittens könnten Designer Politik so artikulieren, dass Nutzererfahrung verstanden und dort eingegriffen werden könne.⁴⁶

Design of Democracy

Obwohl zum Beispiel Claudia Banz die Auffassung vertritt, dass soziales Design Lücken zu füllen versuche, die der Staat hinterlassen habe⁴⁷ und im Designdiskurs bereits ein *shift* in Richtung *networked governance* erkannt wird, wird das Regierungssystem als zusammenhängende Entität aus der Perspektive des Designs nur selten im Sinne eines *design of democracy* als zu gestaltendes Subjekt erachtet. Victor Margolin behauptet zwar, dass das amerikanische Regierungssystem im Sinne eines *design of democracy* als gewaltiges Designprojekt aufgefasst werden könne⁴⁸, aber wie der Designforscher David Oswald darlegt, werden die zugrunde liegenden kulturellen Strukturen – explizit nennt er Politik, Legislatur, Ökonomie und Technologie – zu oft als Sachzwänge wahrgenommen, die nicht Gegenstand des Wandels durch Design seien.⁴⁹ Gui Bonsiepe kritisierte den neoliberalen Glauben, Demokratie sei mit der Vormachtstellung des Marktes als exklusive Institution zur Regelung der Verhältnisse gleichzusetzen. Er sah die Aufgabe der Demokratie stattdessen in der Einhegung von Heteronomie, bzw. der Reduktion von Fremdbestimmtheit und beschrieb einen Designhumanismus mit der Aufgabe, die Bedürfnisse sozialer Gruppen zu interpretieren und emanzipative Vorschläge in Form von materiellen und semiotischen Artefakten zu machen. Wegen des Drucks, den der Markt ausübt, und der Unvereinbarkeit von der Realität mit dem, was Realität sein könnte, wollte jedoch auch Bonsiepe diese Forderung nicht als normativen Anspruch an das Handeln des Designers verstanden wissen.⁵⁰ Ein *design of democracy* wird dennoch unter anderem von Victor Margolin gefordert⁵¹ und findet sich zum Beispiel auch in der noch wenig spezifizierten Forderung des niederländischen Designers Rudy van Belkom, dass Wähler Politikinhalt verschiedener politischer Parteien wählen können sollten anstatt Kandidaten oder Parteien.⁵² Dabei scheint jedoch eine Unkenntnis politischer Theorie durch. Belkom benennt weder, dass seine Forderung in einer Abkehr von der repräsentativen Demokratie resultieren würde, noch, dass sich in seinen Vorschlägen Anklänge direkter Demokratie finden. Seine schlichte Idee ist ein *Booking.com* für politische Parteien.⁵³

12
Vgl. Fezer, Jesko (2017): Partei-
isches Design Speak Up! In: form
272/2017. S. 101.

13
Vgl. Fry, Tony (2011): Design as
Politics. Berg, New York. S. 5.

14
Vgl. DiSalvo, Carl (2010): Design,
Democracy and Agonistic Pluralism.
[http://www.democracy-design.org/
wp-content/uploads/2017/05/De-
sign-Democracy-and-Agonistic-Plu-
ralism.pdf](http://www.democracy-design.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-Democracy-and-Agonistic-Pluralism.pdf) (zuletzt abgerufen am
14.01.2018)

15
Prinz, Sophia/ Moebius, Stephan
(2012): Zur Kultursoziologie des
Des Designs. In: Moebius, Stephan/
Prinz, Sophia (Hg.): Das Design der
Gesellschaft. Zur Kultursoziologie
des Designs. transcript Verlag, Biele-
feld. S. 9.

16
Vgl. Fry, Tony (2011): Design as
Politics. Berg, New York. S. 6.

17
Vgl. Banz, Claudia (2016): Einlei-
tung. In Banz, Claudia (Hrsg.): Social
Design. Gestalten für die Transfor-
mation der Gesellschaft. Transcript
Verlag, Bielefeld. S. 12.

18
Mazini, Ezio/ Margolin, Victor (2017):
Open Letter to the Design Com-
munity: Stand Up For Democracy.
[http://www.democracy-design.org/
open-letter-stand-up-democracy/](http://www.democracy-design.org/open-letter-stand-up-democracy/) (zu-
letzt abgerufen am 14.01.2018)

19
Siehe U.S. Election Assistance
Comission: Effective Designs for the
Administration of Federal Elections.
[https://www.eac.gov/assets/1/1/
EAC_Effective_Election_Design.pdf](https://www.eac.gov/assets/1/1/EAC_Effective_Election_Design.pdf)
(zuletzt abgerufen am 28.01.2018)

20
Siehe Center for Civic Design [https://
civicdesign.org/about/](https://civicdesign.org/about/) (zuletzt ab-
gerufen am 02.03.2018)

21
Siehe Center for Civic Design [https://
civicdesign.org/projects-2/](https://civicdesign.org/projects-2/) (zuletzt
abgerufen am 02.03.2018)

22
Siehe Design+Democracy [http://
designdemocracy.ac.nz/](http://designdemocracy.ac.nz/) (zuletzt
abgerufen am 28.01.2018)

23
Siehe Wahl-O-Mat [http://www.bpb.
de/politik/wahlen/wahl-o-mat/](http://www.bpb.de/politik/wahlen/wahl-o-mat/) (zuletzt
abgerufen am 28.01.2018)

24
Vgl. DiSalvo, Carl (2010): Design,
Democracy and Agonistic Pluralism.
[http://www.democracy-design.org/
wp-content/uploads/2017/05/De-
sign-Democracy-and-Agonistic-Plu-
ralism.pdf](http://www.democracy-design.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-Democracy-and-Agonistic-Pluralism.pdf) (zuletzt abgerufen am
14.01.2018)

25
Vgl. Fezer, Jesko (2017): Partei-
isches Design Speak Up! In: form
272/2017. S. 103.

26
Vgl. Banz, Claudia (2016): Zwischen
Widerstand und Affirmation. Zur
wachsenden Verzahnung von Design
und Politik. In: Banz, Claudia (Hg.)
Social Design. Gestalten für die
Transformation der Gesellschaft.
Transcript Verlag, Bielefeld. S. 15.

27
Vgl. Mazini, Ezio/ Margolin, Victor
(2017): Open Letter to the Design
Community: Stand Up For Democ-
racy. [http://www.democracy-design.
org/open-letter-stand-up-democracy/](http://www.democracy-design.org/open-letter-stand-up-democracy/)
(zuletzt abgerufen am 14.01.2018)

28
Vgl. Julier, Guy (2017): Economies
of Design. Sage Publications, Los
Angeles, London, New Delhi, Singa-
pore, Washington DC, Melbourne,
S. 155.

29
Vgl. Mareis, Claudia (2013): Wer
gestaltet die Gestaltung? Zur ambi-
valenten Verfassung von partizipato-
rischem Design. In: Mareis, Claudia/
Held, Matthias/ Joost, Geesche: Wer
gestaltet die Gestaltung? Praxis,
Theorie und Geschichte des parti-
zipatorischen Designs. Transcript
Verlag, Bielefeld. S. 9ff.

30
Vgl. Busch, Otto von/ Palmás, Karl
(2016): Designing Consent: Can
Design Thinking Manufacture Demo-
cratic Capitalism? In: Organizational
Aesthetics. Volume 5, Issue 2,
September 2016. S. 13.

31
Vgl. Jonas, Wolfgang (2013):
Schwindelgefühle – Design thinking
als general problem solver? In:
Weidinger, Jürgen (Hrsg.) Entwurfs-
basiert Forschen. Universitätsverlag
der TU Berlin, Berlin. S. 39f.

32
Vgl. Pierri, Paola (2016): Why people
do not rebel? Issues of self-margin-
alization in design for mental health.
S. 3. [http://www.decolonisingdesign.
com/wp-content/uploads/2017/06/
Pierri_Why-People-do-not-rebel.pdf](http://www.decolonisingdesign.com/wp-content/uploads/2017/06/Pierri_Why-People-do-not-rebel.pdf)
(zuletzt abgerufen am 31.01.2018)

33
Vgl. Mareis, Claudia (2013): Wer
gestaltet die Gestaltung? Zur ambi-
valenten Verfassung von partizipato-
rischem Design. In: Mareis, Claudia/
Held, Matthias/ Joost, Geesche: Wer
gestaltet die Gestaltung? Praxis,
Theorie und Geschichte des parti-
zipatorischen Designs. Transcript
Verlag, Bielefeld. S. 17.

34
Vgl. Klausner-Janner, David (2015):
Designing Processes for Designing
Spaces. In: Design Commission: De-
signing Democracy. How designers
are changing democratic spaces and
processes. S. 79.

35
Vgl. Busch, Otto von/ Palmás, Karl
(2016): Designing Consent: Can
Design Thinking Manufacture Demo-
cratic Capitalism? In: Organizational
Aesthetics. Volume 5, Issue 2,
September 2016. S. 12.

36
Mareis, Claudia (2013): Wer gestaltet
die Gestaltung? Zur ambivalenten
Verfassung von partizipatorischem
Design. In: Mareis, Claudia/ Held,
Matthias/ Joost, Geesche: Wer
gestaltet die Gestaltung? Praxis,
Theorie und Geschichte des parti-
zipatorischen Designs. Transcript
Verlag, Bielefeld. S. 18.

37
Fezer, Jesko (2017): Parteiisches
Design Speak Up! In: form 272/2017.
S. 104.

38
Vgl. ebd. S. 104f.

39
Vgl. Mazini, Ezio/ Margolin, Victor
(2017): Open Letter to the Design
Community: Stand Up For Democ-
racy. [http://www.democracy-design.
org/open-letter-stand-up-democracy/](http://www.democracy-design.org/open-letter-stand-up-democracy/)
(zuletzt abgerufen am 14.01.2018)

40
Vgl. Margolin, Victor (2012): Design
and Democracy in a Troubled
World. S. 14ff. [http://www.democr-
acy-design.org/wp-content/up-
loads/2017/05/Design-and-Democra-
cy-in-a-Troubled-World-.pdf](http://www.democracy-design.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-and-Democracy-in-a-Troubled-World-.pdf) (zuletzt
abgerufen am 30.01.2018)

41
Vgl. Joost, Ge-
sche/ Unteidig, Andreas: Design
and Social Change: The Changing
Environment of a Discipline in Flux.
In: Jonas, Wolfgang/ Zerwas, Sarah/
Anshelm, Kristof von (Hg.): Trans-
formation Design. Perspectives on a
New Design Attitude. S. 134.

42
Vgl. Armstrong, Leah/ Bailey,
Jocelyn/ Julier, Guy/ Kimbell, Lucy
(2014): Social Design Futures. HEI
Research and the AHRC. University
of Brighton. S. 7. [https://mapping-
socialdesign.files.wordpress.
com/2014/10/social-design-report.pdf](https://mapping-socialdesign.files.wordpress.com/2014/10/social-design-report.pdf)
(zuletzt abgerufen am 31.01.2018)

43
Vgl. Banz, Claudia (2016): Zwischen
Widerstand und Affirmation. Zur
wachsenden Verzahnung von Design
und Politik. In Banz, Claudia (Hrsg.):
Social Design. Gestalten für die
Transformation der Gesellschaft.
Transcript Verlag, Bielefeld. S. 22ff.

44
Tonkinwise, Cameron (2017):
This Time, It is really Happening:
Democracy must be Defended, by
Undemocratic Design Specifications.
Academia. S. 11.

45
Julier, Guy (2017): Economies of
Design. Sage Publications, Los
Angeles, London, New Delhi, Singa-
pore, Washington DC, Melbourne,
S. 155.

46
Vgl. ebd. S. 156f.

47
Vgl. Banz, Claudia (2016): Zwischen
Widerstand und Affirmation. Zur
wachsenden Verzahnung von Design
und Politik. In: Banz, Claudia (Hg.)
Social Design. Gestalten für die
Transformation der Gesellschaft.
Transcript Verlag, Bielefeld. S. 15.

48
Vgl. Margolin, Victor (2012): Design
and Democracy in a Troubled World.
S. 3. [http://www.democracy-design.
org/wp-content/uploads/2017/05/
Design-and-Democracy-in-a-Trou-
bled-World-.pdf](http://www.democracy-design.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-and-Democracy-in-a-Troubled-World-.pdf) (zuletzt abgerufen
am 30.01.2018)

49
Vgl. Oswald, David (2016): From
Ethics to Politics: If Design is
Problemsolving, what then are the
Problems? [http://david-oswald.de/
downloads/Oswald_Political-Design_
EPDE2016.pdf](http://david-oswald.de/downloads/Oswald_Political-Design_EPDE2016.pdf) (zuletzt abgerufen
am 21.01.2018)

50
Vgl. Bonsiepe, Gui (2006): Design
and Democracy. In: Design Issues,
Volume 22, Number 2 Spring 2006.
S. 29ff.

51
Vgl. Margolin, Victor (2012): Design
and Democracy in a troubled World.
S. 2ff. [http://www.democracy-design.
org/wp-content/uploads/2017/05/
Design-and-Democracy-in-a-Trou-
bled-World-.pdf](http://www.democracy-design.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-and-Democracy-in-a-Troubled-World-.pdf) (zuletzt abgerufen
am 30.01.2018)

52
Vgl. Frearson, Amy: Democracy
needs a redesign, says Rudy van
Belkom. Dezeen.com [https://www.
dezeen.com/2017/10/26/democra-
cy-election-voting-booking-com-ru-
dy-van-belkom-interview-dutch-de-
sign-week-2017/](https://www.dezeen.com/2017/10/26/democracy-election-voting-booking-com-rudy-van-belkom-interview-dutch-design-week-2017/) (zuletzt abgerufen
am 28.01.2018)

53
Vgl. ebd.

Postdemokratie und Krise der Demokratie

Sollten sich die sich im Designdiskurs herauskristallisierenden Handlungsmuster nicht völlig willkürlich generieren, müssen sie zwangsläufig zuvor identifizierte demokratische Herausforderungen implizieren, auch ohne, dass diese explizit geäußert werden. Zudem werden in der innerhalb des Diskurses geäußerten Kritik an den jeweiligen Handlungsmustern auch einige normative Ansprüche an die Demokratie ausdrücklich benannt.

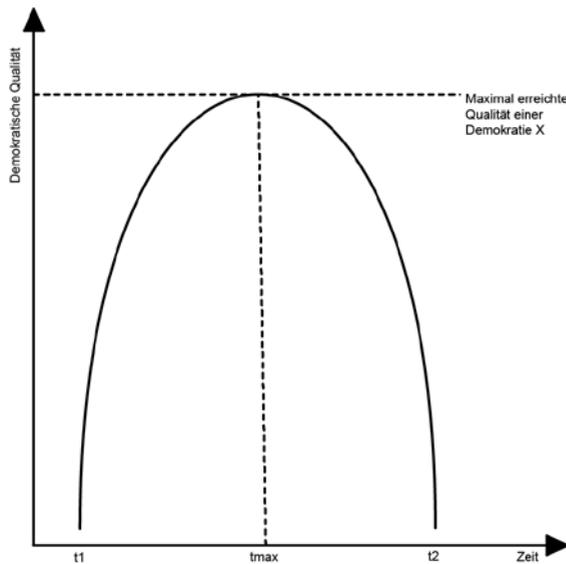
In der Politikwissenschaft ist die These einer Krise der Demokratie zu einem der wichtigsten empirischen und das Konzept der Postdemokratie zu einem der wichtigsten normativen Forschungsfelder geworden.⁵⁴ Ein Abgleich zwischen den im politikwissenschaftlichen Diskurs benannten demokratischen Defiziten und dem vagen Pluralismus der im Designdiskurs zutage tretenden Handlungsmuster ermöglicht aus Perspektive der Politikwissenschaft eine kritische Überprüfung ihrer Vollumfänglichkeit. Dabei ist anzumerken, dass die normative und empirische politikwissenschaftliche Forschung mit unterschiedlichen Demokratiemodellen argumentieren, die sich hinsichtlich des Umfangs der mit einbezogenen demokratischen Merkmale unterscheiden. Damit unterscheiden sich die erkannten Defizite der Demokratien auch in ihrer postulierten Qualität.⁵⁵ Obwohl die Defizite aus Theorie und Empirie zwar qualitativ unterschiedlich bewertet werden, werden sie jedoch aus keiner Perspektive grundsätzlich bestritten.

Auf dem Feld der Theorie gilt das Konzept der Postdemokratie des Politikwissenschaftlers und Soziologen Colin Crouch zugleich als elaborierteste und auch bekannteste innerhalb des Diskurses.⁵⁶ Folglich soll es in der Analyse als Grundgerüst dienen. Um dem Umstand gerecht zu werden, dass die demokratischen Defizite aus normativer und empirischer politikwissenschaftlicher Forschung in unterschiedlicher Vehemenz identifiziert werden, wird dem normativ argumentierenden Konzept der Postdemokratie eine umfangreiche empirische Studie zur Krise der Demokratie gegenüber gestellt, in der Politikwissenschaftler um Wolfgang Merkel die Krise der Demokratie empirisch zu fassen versucht haben.

Colin Crouch formuliert in seinem diskursprägenden Buch *Postdemokratie* ein demokratisches Ideal:

„Die Demokratie kann nur dann gedeihen, wenn die Masse der normalen Bürger wirklich die Gelegenheit hat, sich durch Diskussionen und im Rahmen unabhängiger Organisationen aktiv an der Gestaltung des öffentlichen Lebens zu beteiligen – und wenn sie diese Gelegenheiten auch aktiv nutzt. Dieses Ideal basiert auf anspruchsvollen Vorannahmen: Es setzt voraus, daß [sic!] sich eine sehr große Zahl von Menschen lebhaft an ernsthaften politischen Debatten und an der Gestaltung der politischen Agenda beteiligt und nicht allein passiv auf Meinungs-umfragen antwortet; daß [sic!] diese Menschen ein gewisses Maß an politischem Sachverstand mitbringen und sie sich mit den daraus folgenden politischen Ereignissen und Problemen beschäftigen.“⁵⁷

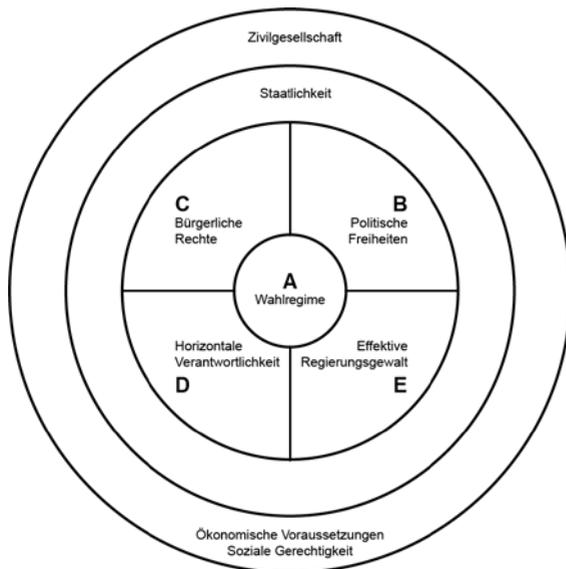
Dem gegenüber stellt Crouch fest, dass die grundlegenden demokratischen Institutionen und Prozeduren zwar formal Bestand haben, de facto jedoch massiv an Bedeutung für die demokratische Entscheidungsfindung verlieren.⁵⁸ Diese Feststellung macht er an drei zentralen Beobachtungen fest. Zum einen erkennt Crouch eine globale ökonomische Elite mit mobilem Kapital, die es versteht, nationale Politiker zur Umgestaltung des Arbeitsmarktes und Steuersystems nach ihren Wünschen zu bewegen, indem sie ihre Investments an Bedingungen zur Reformation des Arbeitsrechts und Senkung der Unternehmenssteuern bindet.⁵⁹ Zum anderen stellt er eine Unfähigkeit sozioökonomischer Gruppen fest, in der post-industriellen Gesellschaft ihre eigene politische Agenda zu definieren. Im Gegensatz zu der Klasse der Arbeiter, die sich in zahlreichen Auseinandersetzungen das Wahlrecht erkämpft haben und später auch andere ihrer Interessen ins Zentrum der politischen Agenda rücken konnten, hat sich inzwischen eine Klasse entwickelt, die häufig in prekären Arbeitsverhältnissen durch Dienstleistungen ihr Geld verdient, aber es bislang nicht vermag Organisationen aufzubauen, mit denen sie ihren Problemen Ausdruck verleihen könnte. Nach Crouch hätten die Manager und *shareholder* des Unternehmenssektors dem gegenüber ein klares Bild von sich und ihren eigenen Interessen.⁶⁰ Aus den beiden vorangegangenen Beobachtungen, dass die politische Klasse zunehmend mit dem Interesse der Unternehmer verbunden ist und der Zugang zu den Interessen der schwächeren Klassen erschwert wird, schließt er, dass eine Welt entsteht, die von der allgemeinen Bevölkerung abgeschnitten ist.⁶¹ Da es für Politiker nun schwierig sei, herauszufinden, was die Bevölkerung eigentlich von ihnen will, greife sie auf Techniken der politischen Manipulation zurück, die es ihnen ermöglicht, die Meinung der Öffentlichkeit zu



Die parabelförmige Entwicklung moderner Demokratien nach Crouch

Die Transformation zur Postdemokratie erfolgt in der Terminologie von Crouch nicht durch Revolution oder grundsätzliche Veränderungen der Verfasstheit von Staaten. Den Prozess bildet Crouch in Form einer Parabel ab, deren Scheitelpunkt die maximale Demokratiehaftigkeit eines Staates markiert.

Quelle: Ritzi, Claudia (2014): Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S. 22.



Das Konzept der embedded democracy

Das Konzept der eingebetteten Demokratie folgt der Idee, dass stabile rechtsstaatliche Demokratien doppelt eingebettet sind.

Quelle: Merkel, Wolfgang (2013): Mehr Schein als Sein? Defekte Demokratien. In: Kriesi, Hanspeter/ Müller, Lars (Hrsg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 271.

ermitteln, ohne dass Bürger diesen Prozess kontrollieren können. Dabei imitieren sie die Methoden des Showbusiness und des Marketing.⁶² Da sie ihre Kenntnisse über die Bürger vor allem durch Umfragen und andere Techniken der Marktforschung erhalten, würden sich Politiker zu Wählern inzwischen wie Firmen zu Kunden verhalten.⁶³

Die empirisch forschenden Wissenschaftler um Wolfgang Merkel gehen im Gegensatz zu Colin Crouch nicht von einem zuvor formulierten Ideal von Demokratie aus. Sie folgen dem Konzept der eingebetteten Demokratie.

„Das Konzept der «eingebetteten Demokratie» folgt der Idee, dass stabile rechtsstaatliche Demokratien doppelt eingebettet sind: intern, indem die einzelnen Bereiche (Teilregime) der Demokratie durch ihre funktionale Verschränkung deren Bestand sichern; extern, indem die Teilregime der Demokratie in Ringe ermöglichender Bedingungen für Demokratie eingebettet und so gegen externe wie interne Schocks und Destabilisierungstendenzen geschützt werden.“⁶⁴

Die Wissenschaftler definieren als Teilregime das demokratische Wahlregime, das Regime politischer Partizipationsrechte, das Regime bürgerlicher Freiheitsrechte, die institutionelle Sicherung der Gewaltenkontrolle, sowie die effektive Regierungsgewalt. In dem Verständnis der Wissenschaftler ist der Begriff *embedded democracy* realistischer als ein normatives Ideal von Demokratie, weil er sich ausschließlich auf die institutionelle Architektur bezieht und die Output-Dimension wünschenswerter Politikergebnisse nicht in die Definition der rechtsstaatlichen Demokratie mit einbezieht. Sozialstaat, Fairness bei der Verteilung wirtschaftlicher Güter oder soziale Gerechtigkeit können demnach zwar wünschenswerte Politikergebnisse demokratischer Entscheidungsprozesse sein, wären jedoch für die eingebettete Demokratie nicht konstitutiv.⁶⁵

Für ihre Studie haben die Wissenschaftler nun die Entwicklung der einzelnen Teilregime der *embedded democracy* anhand der Entwicklung der OECD-Demokratien nachvollzogen.⁶⁶ Sie erkennen dabei ein Muster: formale Rechte, Normen und Verfahren bleiben in der Regel intakt, aber die Chancen der Teilhabe und die tatsächliche Partizipation und Repräsentation haben sich verändert.⁶⁷

Die Indifferenz gegenüber gravierenden sozioökonomischen Ungleichheiten von Vermögen, Einkommen und Lebenschancen ist gewachsen und hat sich rasch in politische Ungleichheit transformiert.⁶⁸ Untere Einkommens- und Bildungsschichten hätten ein deutlich geringeres Wissen hinsichtlich ihrer eigenen politischen Präferenzen und wüssten nicht, wie sich diese in den Programmen

und der Politik der politischen Parteien widerspiegeln. In der Folge enthalten sich hauptsächlich die Einkommensschwachen und Bildungsfernen der Wahl. Wenn sich sozioökonomische Unterschiede mit ungleichen kognitiven Ressourcen verbinden, wird die politische Ungleichheit umso größer.⁶⁹

Weiter stellen die Autoren fest, dass das Parteiensystem in wirtschafts- und sozialpolitischen Fragen wenig programmatische Alternativen hervorbringt. Als Reaktion auf die globalisierte Ökonomie und die neoliberale Wettbewerbspolitik habe sich die pluralistische Bandbreite hinsichtlich wirtschaftspolitischer und sozioökonomischer Fragen in den Parteiprogrammen verringert.⁷⁰ Die seit Jahrzehnten wachsende Einkommens- und Vermögensungleichheit verweist auf das Fehlen einer wirksamen Politik zur Umverteilung zugunsten unterer Schichten. Auf die schwer zu mobilisierenden Bürger der einkommensschwachen und bildungsfernen Schichten müssen die Parteien nicht responsiv reagieren, ganz offensichtlich würden auch Mitte-Links-Parteien befürchten, mehr Wähler in der Mitte zu verlieren als sie im linken Spektrum gewinnen können.⁷¹

Die Autoren der Studie stellen fest, dass der zunehmend globalisierte und deregulierte Finanzkapitalismus die soziale und politische Einbettung des Kapitalismus aufgebrochen hat. Zwar habe mit der politischen und sozialen Globalisierung die Durchsetzung von Rechten der Minderheiten und die fortschreitende Gleichstellung beider Geschlechter zugenommen, einige andere individuelle Bürgerrechte, wie die Religionsfreiheit, die Stärke und Unparteilichkeit des Rechtssystems, die Rechte von Inhaftierten und das Recht auf Gleichbehandlung vor dem Gesetz seien jedoch zugunsten einer kollektiven Sicherheit preisgegeben worden.⁷²

Hypothesen, der Föderalismus, die Medien oder eine starke Verfassungsgerichtsbarkeit würden den Abbau von Freiheitsrechten zumindest bremsen, ließen sich den Wissenschaftlern zufolge zunächst nicht bestätigen. Im Gegenteil, sowohl in den Medien als auch bei den politischen Eliten würde die Responsivität gegenüber Markt und Elektorat eine Verantwortlichkeit gegenüber den Bürgerrechten als fundamentale Voraussetzung für die Demokratie übertreffen.⁷³ Obwohl die Konzentration des Medieneigentums weit voran geschritten sei, könne man nicht folgern, dass Medienmogule die Macht erlangt hätten, politische Agenden zu setzen, Wahlen zu entscheiden, Karrieren von Politikern zu beenden oder zu befördern, Kriege zu verlieren oder zu gewinnen, politische Entscheidungen zu fällen oder die Macht auszuüben, welche demokratisch gewählten Parlamenten rechtmäßig zustehe. Vielmehr sei es so, dass Politiker die Medien überschätzen würden. Die Vermutung, dass Medien einen großen Einfluss auf die Wählerpräferenzen hätten, führt dazu, dass Politiker sich den Medien stärker anpassen und diese so erst mächtig machen.⁷⁴

54

Vgl. Ritz, Claudia (2014): Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S. 12.

55

Vgl. Merkel, Wolfgang (2015): Die Herausforderungen der Demokratie. In: Merkel, Wolfgang (Hg.): Demokratie und Krise. Zum schwierigen Verhältnis von Theorie und Empirie. Springer Fachmedien, Wiesbaden 2015. S.7ff.

56

Vgl. Ritz, Claudia (2014): Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S.15.

57

Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 8f.

58

Vgl. Ritz, Claudia (2014): Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie – theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S.17.

59

Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 47ff.

60

Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. In: Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 04/2008. S. 4ff. http://www.frankfurter-hefte.de/upload/Archiv/2008/Heft_04/NGFH_April_08_Archiv_Crouch.pdf (zuletzt abgerufen am 19.01.2018)

61

Vgl. ebd. S. 5.

62

Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 32.

63

Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. In: Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 04/2008. S. 5. http://www.frankfurter-hefte.de/upload/Archiv/2008/Heft_04/NGFH_April_08_Archiv_Crouch.pdf (zuletzt abgerufen am 19.01.2018)

64

Merkel, Wolfgang (2013): Defekte Demokratien. Mehr Schein als Sein? In: Kriesi, Hanspeter/Müller, Lars (Hg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 270.

65

Vgl. ebd. S. 270.

66

Vgl. Merkel, Wolfgang Wolfgang (2015): Schluss: Ist die Krise der Demokratie eine Erfindung? In: Merkel, Wolfgang (Hg.): Demokratie und Krise. Zum schwierigen Verhältnis von Theorie und Empirie. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S.474.

67

Vgl. ebd. S. 490.

68

Vgl. ebd. S. 490.

69

Vgl. ebd. S. 475f.

70

Vgl. ebd. S. 476f.

71

Vgl. ebd. S. 482.

72

Vgl. ebd. S. 484ff.

73

Vgl. ebd. S. 486ff.

74

Vgl. ebd. S. 489.

Design in der Postdemokratie

Betrachtet man die zuvor dargelegten Handlungsmuster des Designdiskurses aus der Perspektive der politikwissenschaftlichen Diskurse zur Postdemokratie oder Krise der Demokratie, ist festzustellen, dass den Handlungsmustern tatsächliche Defizite von Demokratien zugrunde liegen. Dabei ist jedoch anzumerken, dass die politikwissenschaftlichen Diskurse weniger vom Politischen, als vielmehr von der Politik ausgehen. So bezieht sich das analytische Konzept der *embedded democracy* ausschließlich auf die institutionelle Architektur der Demokratie.⁷⁵ Auch das Konzept der Postdemokratie betrachtet politische Beteiligung jenseits von Wahlen zunächst als Tätigkeit, die mit einer Abwendung von den politischen Institutionen einhergeht. Selbsthilfegruppen, Nachbarschaftsnetzwerke, Programme zur Bewachung von Wohnvierteln und karitative Aktivitäten seien zwar interessant, nützlich und ehrenwert, aber kein Indiz für die Gesundheit der Demokratie.⁷⁶ Crouch kommt zu einer erschreckend widersprüchlichen Schlussfolgerung. Man könne in postdemokratischen Gesellschaften nicht länger wie selbstverständlich davon ausgehen, dass bestimmte Parteien sich für bestimmte Themen engagieren, die Parteien abzuschreiben und ganz auf unabhängige Organisationen zu setzen, würde aber darauf hinauslaufen, sich an der postdemokratischen Verschwörung zu beteiligen.⁷⁷ Auch im Designdiskurs wird durch Guy Julier angemerkt:

„It is all very well to envision more democratic, open forms of governance where citizens and public servants collaborate in the fashioning of policies and services and where 'citizen engagement' goes beyond the voting turns, but in the sometimes necessarily grinding world of public administration and accountability the actual carrying out of these may be over-ambitious. Further, it may be that this public administration and academic jargon is really just a set of policy 'language games', created to obfuscate something else [...] – that is, the relinquishment of responsibility by the state for welfare and other public services.“⁷⁸

In dem normativen Konzept der Postdemokratie und der empirischen Erkenntnis einer Krise von Demokratie lassen sich zwar Defizite der Demokratien identifizieren, aus denen man einen Ausgangspunkt für ein *design as democracy* konstruieren könnte. So formuliert Colin Crouch die These einer Unfähigkeit sozioökonomischer Gruppen, in der postindustriellen Gesellschaft ihre eigene politische Agenda zu definieren⁷⁹ und es lässt sich empirisch beobachten, dass das Parteiensystem in wirtschafts- und sozialpolitischen Fragen wenige programmatische Alternativen hervorbringt, sowie, dass sich die Pluralität wirtschaftspolitischer und sozioökonomischer Fragen in den Parteiprogrammen verringert hat⁸⁰. Doch wird hier nicht nur die theoretische Schwierigkeit augenfällig, politische Beteiligung jenseits von Wahlen als positives Indiz für die Demokratie anzuerkennen, sondern es gewinnen auch jene unangenehmen Fragen an Relevanz, die sich aus vorstrukturierten Teilhabeprozessen und der wohlwollend paternalistischen Haltung des Designers ergeben. Die Idee des *design as democracy*, durch partizipatorische Gestaltung Gegenwart und Zukunft zu formen, entbehrt nicht der Herausforderung, Hierarchien des Designs im Verhältnis zu anderen zu überwinden⁸¹ und es ist fraglich, ob mit einem design for democracy hegemoniale Machtgefüge und vorhandene soziale Strukturen überwunden werden können, oder ob diese geradezu aktualisiert und stabilisiert werden⁸². Aus der Sicht der politikwissenschaftlichen Diskurse zur Postdemokratie und zur Krise der Demokratie relativieren sich die aus den partizipatorischen Handlungsmustern ergebenden Fragen gerade nicht angesichts der globalen Herausforderungen, wie es etwa Guy Julier formuliert. Nein, sie werden umso unangenehmer, je realer die unterstellte Verschiebung der *social design* Bewegung und damit der Handlungsmuster eines *design in democracy* durch das vermehrt zu beobachtende strategische Design, *design thinking* sowie *social innovation* und *entrepreneurship*, in Richtung *open* oder *networked governance*⁸³ erscheint. Bevor Guy Julier eben diese Fragen relativiert, fragt er selbst noch danach, wie man sicher sein könne, wessen Partikularinteressen inmitten der Repräsentierenden und der repräsentierten Bürger vertreten würden und wie die Resultate Individuen und Gruppen in die Gesellschaft in- oder exkludieren? Zu Tendenzen von *networked governance* im Design merkt er an:

„Governmental interest may privilege certain networks over others. While it may appear to build decision making and designing outside its own bureaucracies, one has to consider which groups it is choosing to foreground

over others. What groups that were previously represented through other systems are now excluded in networked governance?”⁸⁴

Umso mehr sich also die partizipatorischen *tools* des *design as democracy* den Strukturen der *networked governance* eines *design in democracy* annähern, desto illegitimer erscheinen sie aus der Perspektive des Konzeptes der Postdemokratie und des Diskurses zur Krise der Demokratie. Cameron Tonkinwise erkennt:

„That project – designing defences for preferable forms of democracy – is not itself democratic, certainly not a pluralist one, precisely because it is a designing.”⁸⁵

Als demokratische Herausforderung, die Handlungsmuster eines *design for democracy* notwendig erscheinen lassen könnte, lässt sich die empirische Erkenntnis anführen, dass untere Einkommens- und Bildungsschichten ein deutlich geringeres Wissen hinsichtlich ihrer eigenen politischen Präferenzen haben, nicht wissen wie sich diese in den Programmen und der Politik der politischen Parteien widerspiegeln und sich in der Folge hauptsächlich die Einkommensschwachen und Bildungsfernen der Wahl enthalten⁸⁶. So versucht ein *design for democracy* mehr Menschen die Beteiligung am demokratischen Prozess zu ermöglichen⁸⁷. Die Apps des australischen *Design+Democracy* Projekts oder auch der *Wahl-O-Mat* der *Bundeszentrale für politische Bildung* versuchen Parteiprogramme oder Kandidatenstandpunkte mit den politischen Präferenzen von Wählern zu vergleichen und bieten einen niedrighschwelligem Zugang zu relevanten Informationen. Colin Crouch stützt sein Konzept der Postdemokratie immer wieder auch auf die Beobachtung, dass etwa in den US-Präsidentenwahlen im Jahr 2000 tausende Stimmen aufgrund fehlerhafter Wahlmaschinen für ungültig erklärt wurden und seine Empfindung, dass dieses Ereignis anschließend gesellschaftlich und medial nahezu ignoriert worden sei.⁸⁸ Der vom *American Institute of Graphic Arts* im Auftrag der *U.S. Election Assistance Commission* erstellte Leitfaden *Effective Designs for the Administration of Federal Elections* ist zum Beispiel als gestalterischer Ansatz zur Lösung derartiger Probleme zu verstehen. Davon unberührt bleibt jedoch die Kritik, dass jene herkömmlichen Ansätze eines *design for democracy* nicht im agonistischen Sinne politisch seien.⁸⁹

Aus der Perspektive des Designdiskurses werden Regierungssysteme nur selten als ein zu gestaltendes Sujet erachtet. Colin Crouch zählt jedoch An-

sätze zu einer Aktualisierung des Systems auf. So übernimmt er von Philippe Schmitter verschiedene Ideen. Man könne Parteienfinanzierung dahingehend ändern, dass nicht, wie in vielen europäischen Ländern üblich, das Geld entsprechend der Ergebnisse der letzten Parlamentswahlen verteilt wird, sondern die Bürger selbst entscheiden können, welcher Partei ein bestimmter Prozentsatz seiner jährlichen Steuerschuld zufließen soll. Ähnlich könne man auch bei der Finanzierung von Interessensverbänden vorgehen. Radikaler ist der Vorschlag, eine Bürgerversammlung einzuführen, die Elemente der antiken griechischen Demokratie und der Geschworenengerichte der englischsprachigen Länder mit direktdemokratischen Mechanismen aus der Schweiz vereint. Zufällig ausgewählte Bürger sollen einen Monat lang einige Gesetzesentwürfe diskutieren, die ihnen zuvor eine qualifizierte Minderheit der regulären Parlamentsmitglieder zugewiesen hat. Diese Versammlung soll über das Recht verfügen, diese Gesetze rechtskräftig zu verabschieden oder zu verwerfen.⁹⁰ Aus der Perspektive des Diskurses zur Postdemokratie werden also Defizite in Demokratien identifiziert, die Ideen zu Aktualisierung demokratischer Systeme hervorbringen. Diese Ideen lassen sich aus Perspektive des Designdiskurses als Redesign verstehen.

Betrachtet man den Designdiskurs zur Demokratie aus der Perspektive der politikwissenschaftlichen Diskurse, fällt auf, dass ein Defizit in demokratischen Systemen, dessen Existenz zum Kern der Analyse des Konzeptes der Postdemokratie gehört und das auch in der empirischen Studie der Wissenschaftler um Wolfgang Merkel benannt wird, in den Handlungsmustern des Designdiskurses nicht oder nur unzureichend berücksichtigt wird. Zum Kern des Konzeptes der Postdemokratie gehört die These, dass die Politiker auf Techniken der politischen Manipulation zurückgreifen müssen, die es ihnen ermöglichen, die Meinung der Öffentlichkeit zu ermitteln ohne, dass Bürger diesen Prozess kontrollieren können. Dabei würden Politiker die Methoden des Showbusiness und des Marketing imitieren.⁹¹ Während der Wahlkämpfe wird die öffentliche Debatte durch konkurrierende Teams professioneller PR-Experten so stark kontrolliert, dass sie zu einem reinen Spektakel verkommt, bei denen nur über eine Reihe von Problemen diskutiert wird, die Experten zuvor ausgesucht haben.⁹² Wir haben uns so sehr daran gewöhnt, dass Politiker sich Produktverkäufern angeglichen haben, dass wir es als selbstverständlich ansehen, dass Parteiprogramme Produkte sind und Politiker ihre Botschaft zu vermarkten suchen.⁹³ Die Nähe der politischen Kommunikation zur Warenästhetik ist schon Wolfgang Fritz Haug in seinem Buch *Kritik der Warenästhetik* aufgefallen. Er vergleicht Kandidaten mit Waren und stellt am Beispiel von Helmut Schmidt fest:

„Was hat es zu bedeuten, dass Konkurrenz sich auf Eindruckskonkurrenz beschränkt? Offenbar dies, dass in erster Linie nicht die objektiven Eigenschaften der konkurrierenden Angebote miteinander konkurrieren. Es findet also keine Gebrauchswertkonkurrenz statt. In erster Linie konkurrieren vielmehr die Erscheinungsbilder der konkurrierenden Angebote und Anbieter.“⁹⁴

Die Behauptung einer genuinen Verwandtschaft von Design mit Werbung und PR ist im Designdiskurs jedoch absolut unbeliebt. Schon Victor Papanek schrieb 1973:

„There are professions more harmful than industrial design, but only a very few of them. And possibly only one profession is phonier. Advertising design, in persuading people to buy things they don't need, with money they don't have, in order to impress others who don't care, is probably the phoniest field in existence today.“⁹⁵

Auch Tony Fry bemüht sich gleich zu Beginn seines Buches *Design as Politics* anzumerken, dass er Design anders als durch *image-making*, *branding* und der Produktion von *promotional materials* als politisch verstünde.⁹⁶ Die Unstrittigkeit der sich gegenwärtig ausbreitenden Perspektive auf Design als Werkzeug willentlicher gesellschaftlicher Veränderung ist bemerkenswert und es sieht so aus, als ob Design mit noch weitergehendem Design bekämpft werden soll.⁹⁷ Das ist aus der Perspektive des Designs weniger verwunderlich, als es auf den ersten Blick vielleicht erscheint. So schreiben der Designer und Designforscher Otto von Busch und der Soziologe Karl Palmås:

„Designers are often spoken of as “agents of change”, under the proposition that design changes things, it makes things better, and if it somehow does not live up to our expectations we usually say that it is bad design. Bad design, bad outcomes, can always be fixed by new iterations; new editions. From the perspective of designers, good design is never corrupt, it has a sense of function, honesty and transparency that politics can never have. Design can be optimized, whereas politics per se is a form of friction. There thus seems to be a desire to escape the dirty politics that the realist tends to focus on, and this may well be an inherent element of design: designers want action, they work quickly to create tangible change.“⁹⁸

Eine Nähe gestalterischer Techniken zu den Fertigkeiten der PR oder Werbung wird verständlicher Weise als unangenehm empfunden und um das Design von dem Feld der PR und der Werbung abzugrenzen, wird häufig ein Charakter des Designs betont, in dessen Mittelpunkt die Qualität des Design als etwas zu gebrauchendes steht. So fordert der Philosoph Daniel Feige, Ästhetik nicht länger anhand des Paradigmas des kontemplativen Verweilens bei sinnlichen Eigenarten der Dinge zu verstehen. Seine These ist, dass das Funktionieren von Gegenständen eine genuin ästhetische Kategorie sei. Wenn man etwa an die Möbel denke, auf denen man sitze, und an die Typografie der Texte, die man lese, sei die Vorstellung seltsam, dass die ästhetischen Eigenarten dieser Gegenstände kontemplativ und um ihrer selbst willen wahrgenommen würden. Damit erweise sich eine Design-ästhetik als problematisch, die davon ausgeht, dass die Ästhetik dieser Gegenstände vornehmlich oder ausschließlich auf ihre sinnlichen Qualitäten zurückzuführen sei.⁹⁹

Dagegen weist der Kulturosoziologe Andreas Reckwitz gerade darauf hin, dass das Design Aktivitäten umfasst, in denen Objekte des alltäglichen Lebens über ihren Gebrauchswert hinaus als primär oder sekundär ästhetische fabriziert werden und dass Design in diesem Sinne die ästhetische Arbeit mit diversen Materialien sowie eine Ästhetisierungsinstanz par excellence sei. Reckwitz erkennt zwar an, dass der in der Nachkriegszeit als alternativlos erschienene Modernismus ein benutzungsorientierter Funktionalismus gewesen sei, der nach der besten Form für den jeweiligen Zweck gesucht hat. Die grundlegende Ästhetisierung der Objektwelt sei jedoch nur gebremst gewesen. In den 1960er Jahren hätten sich die Ästhetisierungsbremsen im Designbereich zeitlich, sozial und inhaltlich analog zu den entsprechenden Prozessen in der Mode- und Werbebranche entsichert. In dem Zeitraum hat sich im internationalen Design eine kritische Bewegung des *antidesign* und *radical design* formiert. Die in dieser Transformationsphase erprobte Struktur hat sich in den 1980er Jahren verallgemeinert und vom Bezug auf das kritische *radical design* gelöst.

Nach Reckwitz hat das Design den Status einer Generaldisziplin der Kreativitätsökonomie erhalten. Der ästhetische Wert ist für eine immer größere Zahl von Produkten von einem Zusatzwert zu einer primären Eigenschaft geworden, so dass die Produktsemantik den Kern der Ware ausmacht. Das hätte es erlaubt, nicht nur materiale Güter, sondern ganze *environments* und Atmosphären zum Gegenstand einer Designgestaltung zu machen.¹⁰⁰ Er schreibt:

„Das Design kann jedoch nur dadurch zur Generaldisziplin der Kreativ-ökonomie werden, dass es auf eine ästhetische Gestaltung von langfristig wirkenden Marken, schließlich von kollektiven Identitäten insgesamt abzielt und sich so in eine ästhetisch orientierte allgemeine Unternehmens- und Organisationsberatung verwandelt. [...] Die Markenbildung (branding) muss sich nicht zwangsläufig auf kommerzielle Unternehmen richten, sondern kann auch staatliche oder öffentliche Institutionen bis hin zu ganzen Nationen einbeziehen, die eines sinnlich-affektiven »Relaunches« ihrer Identität bedürfen. [...] In diesem umfassenden Sinne richtet sich das Design nicht nur auf visuelle Oberflächen einzelner Objekte, sondern auch auf räumliche Environments und schließlich auf ganze Organisationskulturen: [...] Das Design hat sich damit in eine exemplarische Praxis zur intelligenten Gestaltung von affektiv befriedigenden Atmosphären insgesamt verwandelt und verzahnt sich immer stärker mit der Sphäre des Managements.“¹⁰¹

Reckwitz betrachtet hier nicht nur genau jene Merkmale eines Designs, das gemeinhin aufgrund seiner Nähe zu den Handlungsweisen der PR oder Werbung als unangenehm empfunden wird, er betont auch, dass die Verzahnung des Designs mit der Sphäre des Managements erst durch diese möglich geworden ist. Betrachtet man den Designdiskurs zur Demokratie aus dieser Perspektive, wird augenfällig, dass die von Colin Crouch kritisierte Nähe der Politik zum Produkt und die zugrunde liegenden Techniken der politischen Kommunikation den Fertigkeiten des Design nicht einfach diametral gegenüber stehen, sondern, dass es theoretischer Anstrengungen bedarf, diese voneinander abzugrenzen. Diese Anstrengungen sind notwendig, um das Ideal aufrechtzuerhalten, dass Design Antworten auf demokratische Defizite hat, aber nicht Teil der Ursache sei.

Die Designtheoretikerin Yana Milev erweitert den Designbegriff hier um ein performatives Moment. Ihr performativer Designbegriff verweist auf Vorgänge, die sich noch im gesellschaftlichen Prozessstadium befinden. Damit bestätigt sie, dass der in Deutschland seit den 1950er Jahren von der Warenästhetik und dem Wirtschaftswunder geprägte Designbegriff einem massiven Wandel unterliegt und macht diesen zugleich anschlussfähig für die Politik. Sie schreibt:

„Designstrategien in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik meinen in diesem erweiterten, performativen Verständnis gewissermaßen Handlungsmuster und Plots, von Architekten und Wirtschaftsstrategen entworfen und in Bewe-

gung gebracht. „To plot“ heißt im Englischen „zeichnen“. Als Plot bezeichnet man im deutschen Sprachgebrauch und hier insbesondere in der Filmbranche oder im Journalismus nicht nur einen dramaturgischen Plan, sondern auch eine dramaturgische Logik. Logiken sind zeichenhaft, d.h. in sich stringent und wirken musterbildend. Der Designbegriff im Sinne des Plots ist übertragbar auf politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Affären sowie mediokratische Strategien.“¹⁰²

75
Vgl. Merkel, Wolfgang (2013): Defekte Demokratien. Mehr Schein als Sein? In: Kriesi, Hanspeter/ Müller, Lars (Hg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 270.

76
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 26.

77
Vgl. ebd. S. 141.

78
Julier, Guy (2017): Economies of Design. Sage Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne, S. 155.

79
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. In: Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 04/2008. S. 4ff. http://www.frankfurter-hefte.de/upload/Archiv/2008/Heft_04/NGFH_April_08_Archiv_Crouch.pdf (zuletzt abgerufen am 19.01.2018)

80
Vgl. Merkel, Wolfgang Wolfgang (2015): Schluss: Ist die Krise der Demokratie eine Erfindung? In: Merkel, Wolfgang (Hg.): Demokratie und Krise. Zum schwierigen Verhältnis von Theorie und Empirie. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S.476ff.

81
Vgl. Fezer, Jesko (2017): Parteiliches Design Speak Up! In: form 272/2017. S. 104ff.

82
Vgl. Mareis, Claudia (2013): Wer gestaltet die Gestaltung? Zur ambivalenten Verfassung von partizipatorischem Design. In: Mareis, Claudia/ Held, Matthias/ Joost, Gesche: Wer gestaltet die Gestaltung? Praxis, Theorie und Geschichte des partizipatorischen Designs. Transcript Verlag, Bielefeld. S.18.

83
Vgl. Joost, Gesche/ Unteidig, Andreas: Design and Social Change: The Changing Environment of a Discipline in Flux. In: Jonas, Wolfgang/ Zerwas, Sarah/ Anshelm, Kristof von (Hg.): Transformation Design. Perspectives on a New Design Attitude. S. 134.

84
Julier, Guy (2017): Economies of Design. Sage Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne, S. 155.

85
Tonkinwise, Cameron (2017): This Time, It is really Happening: Democracy must be Defended, by Undemocratic Design Specifications. Academia. S.7. http://www.academia.edu/35779909/Democracy_must_be_Defended_by_Undemocratic_Designs (zuletzt abgerufen am 22.03.2018)

86
Vgl. Merkel, Wolfgang Wolfgang (2015): Schluss: Ist die Krise der Demokratie eine Erfindung? In: Merkel, Wolfgang (Hg.): Demokratie und Krise. Zum schwierigen Verhältnis von Theorie und Empirie. Springer Fachmedien, Wiesbaden. S. 475ff.

87
Vgl. Mazini, Ezio/ Margolin, Victor (2017): Open Letter to the Design Community: Stand Up For Democracy. <http://www.design-democracy.org/open-letter-stand-up-democracy/> (zuletzt abgerufen am 14.01.2018)

88
Vgl. Crouch, Colin (2013): Sind wir auf dem Weg in die Postdemokratie? Ermüdung der Demokratie. In: Kriesi, Hanspeter/Müller, Lars (Hg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 440ff. Oder (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 7ff.

89
Vgl. DiSalvo, Carl (2010): Design, Democracy and Agonistic Pluralism. <http://www.design-democracy.org/wp-content/uploads/2017/05/Design-Democracy-and-Agonistic-Pluralism.pdf> (zuletzt abgerufen am 14.01.2018)

90
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 143ff.

91
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 32.

92
Vgl. ebd. S. 10.

93
Vgl. ebd. S. 37f.

94
Haug, Wolfgang Fritz (2009): Kritik der Warenästhetik. Überarbeitete Neuauflage. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 53.

95
Papanek, Victor (1973): Design for the Real World. Human Ecology and Social Change. Bantam Books, Toronto/ New York/ London. S. 14.

96
Vgl. Fry, Tony (2011): Design as Politics. Berg, New York. S. 6.

97
Vgl. Fezer, Jesko (2017): Parteiliches Design Speak Up! In: form 272/2017. S. 100.

98
Busch, Otto von/ Palmás, Karl (2016): Designing Consent: Can Design Thinking Manufacture Democratic Capitalism? In: Organizational Aesthetics. Volume 5, Issue 2, September 2016. S. 18.

99
Vgl. Feige, Daniel Martin (2018): Design. Eine philosophische Analyse. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 89.

100
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 177ff.

101
Ebd S. 181f.

102
Milev, Yana (2014): Designsoziologie. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfsfeld der Politischen Theorie und Soziologie. Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 114.

Ästhetische Praktiken in der Politik

Es lässt sich feststellen, dass sich in dem Feld der Politik über die *tools* eines *design as* und eines *design in democracy* hinaus auch jener Fertigkeiten des Designs bedient wird, die sich in Yana Milevs performativen Designbegriff wiederfinden und die Reckwitz als ästhetische Gestaltung beschreibt:

„Im Feld des Politischen schließlich sind Ansätze dessen wahrnehmbar, was Colin Crouch eine »postdemokratische« Konstellation nennt, zu der vor allem eine ästhetisch orientierte Personalisierung der Politik und eine Eventifizierung der politischen Kommunikation beitragen. [...] Auch hier sind Ästhetisierungsprozesse eng mit Prozessen der Vermarktlichung verknüpft, und beide stützen sich gegenseitig: Mediale Zeichensetzungen, Partner und politische Akteure avancieren zu ästhetischen Objekten und zugleich zu Objekten der Wahl und der Entscheidung auf einem Markt der knappen Aufmerksamkeit.“¹⁰³

Das Feld der Politik war nie ganz frei von ästhetischen Momenten. So schreibt der Medien- und Kulturwissenschaftler Michael Klemm, dass der politische Diskurs nicht nur stets auf eine wirkmächtige verbale Rhetorik angewiesen gewesen ist, sondern auch von Beginn an mit dem strategischen Einsatz nonverbaler Inszenierungselemente verbunden gewesen sei.¹⁰⁴ Auch der Politikwissenschaftler Thomas Meyer betont, dass Politiker und in politischen Rollen agierende Personen zu allen Zeiten versucht haben, ihre Absichten und Leistungen, ihre Person oder die Gruppe, für die sie standen, durch vorbedachte Inszenierungen ins rechte Licht zu rücken. Politische Inszenierungen hätten jedoch in der gegenwärtigen Konstellation zu einer neuen Qualität mit neuen Voraussetzungen und Wirkungen geführt. Politische Konkurrenten stehen heute vor der Aufgabe, beinahe täglich um die ungewisse Zustimmung des Publikums zu ringen. Die Inszenierungen politischen Handelns müssen für die politischen Akteure zu einer jederzeit bedachten Kommunikationsstrategie werden, mit der sich ein Massenpublikum erreichen lässt.

Entscheidend für die neue Qualität und die neue Wirkungsdimension politischer Inszenierungen waren für Meyer technische Veränderungen im Bereich der Massenmedien. Mit dem Fernsehen stand nun ein Massenmedium zur Verfügung, das alle Grenzen von Raum und Zeit überwindet, in spezifischer Weise die Gesamtheit der handelnden Personen wahrnimmt und diese Wahrnehmungen an ein breites Publikum vermitteln kann. Darüber hinaus erzeugt das Fernsehen durch seine medialen Qualitäten und seine Allgegenwart in den häuslichen Lebenswelten der Menschen fortwährend dichteste Realitätsillusionen. Für die handelnden Politiker, welche die Bühne der elektronischen Medien betreten, wird die Gesamtheit ihrer körperlichen Performance zum zentralen Gegenstand ihrer Aufmerksamkeit. Um auf dieser Bühne erfolgreich sein zu können, ist gezielte Arbeit an sich selbst notwendig. Zumeist erfolgt diese mit Hilfe professioneller Beratung oder durch praktisches Training. Diese Lernprozesse werden professionell organisiert, indem die politischen Inszenierungsstrategien zu einem substantiellen Handlungsfeld innerhalb des politischen Systems selbst gemacht und von einem rasch wachsenden Stab von Beratern und Planern aller Art wissenschaftlich und ästhetisch vorbereitet und umgesetzt werden.¹⁰⁵ Meyer stellt fest:

„Auch wenn der intentionale und performative Kern politischer Inszenierung so alt ist wie die Politik selbst, entsteht durch die Inszenierung der Politik für die Bühnen der Massenmedien eine qualitativ neue Situation: Sie besteht in der realistischen Erwartung, auch unabhängig von den tatsächlichen Handlungserfolgen bei der Lösung sachlicher Probleme, beim Massenpublikum die Illusion einer wirklichen Realitätserfahrung auszulösen.“¹⁰⁶

Nach Reckwitz betrieb die organisierte Moderne eine systematische Verknappung der Affekte, die Motivation und Befriedigung hätten verschaffen können. Das, was er das Kreativitätsdispositiv nennt, habe auf eine ganz bestimmte Problemlage, auf eine historische und lokale Dringlichkeit reagiert.¹⁰⁷

„Der Rationalisierungsschub der organisierten Moderne betrifft die Orientierung ökonomischer und staatlicher Makrostrukturen am Modell formaler Rationalität und die Formierung des außerordentlichen Charakters, der sich in Strukturen sozialer Koordination einfügt. Beide Rationalisierungsschübe reduzieren die gesellschaftlich legitim erscheinenden Erregungsintensitäten zugunsten weitgehend affektneutraler disziplinierender oder sozial-koordinierender Mechanismen. [...] Die Affektreduktion beschert der Moderne ein

grundsätzliches strukturelles Problem, nämlich einen Motivationsmangel. Worin soll der affektive Reiz bestehen, an der rationalisierten Lebensführung und den rationalen Institutionen teilzunehmen und sich von ihnen – jenseits vom sozialen Zwang – »anrufen« zu lassen? Was motiviert die Subjekte zu einer aktiven Teilhabe und verspricht ihnen affektive Befriedigung?¹⁰⁸

Demnach wäre das substantielle Handlungsfeld der ästhetisch geplanten und umgesetzten Inszenierungen keine evolutionäre Universalie, die sich ausschließlich aus den technischen Veränderungen auf dem Gebiet der Massenmedien entwickelt hätte, sondern zumindest in Teilen auch eine bewusste und geplante Antwort auf das Motivationsproblem, das durch die systematische Verknappung der Affekte in der Moderne verantwortet wurde.

Die unter dem Begriff Mediokratie subsumierten Thesen von Thomas Meyer sind jedoch auch im Kontext der Zeit zu sehen, in der sie formuliert wurden. Sie stammen aus einer Zeit, in der Bundeskanzler Gerhard Schröder als Medienkanzler bezeichnet wurde und in der ihm die Äußerung nachgesagt wurde, er brauche zum Regieren nur Bild, BamS und Glotze.¹⁰⁹ Im Bundestagswahlkampf 2002 fanden in Deutschland zum ersten Mal TV-Duelle nach US-amerikanischem Vorbild statt, denen Symbolcharakter zugemessen wurde. In der wissenschaftlichen Literatur wurde ein Wandel des Beziehungsdreiecks von Politik, Medien und Publikum konstatiert und den Medien ein zentraler Bedeutungsgewinn zuerkannt.¹¹⁰ Das Mediensystem wurde als System mit eigenen Handlungsrationitäten verstanden, über das die Parteien ihre politischen Botschaften weniger steuern können.¹¹¹ Man ging davon aus, dass die Medien die Botschaften der Parteien und Kandidaten nicht direkt abbilden, sondern aktive Selektionsentscheidungen treffen und versuchen, die öffentliche Agenda eigenständig zu beeinflussen.¹¹² Im Jahr 2005 gab ein Drittel der deutschen Bundes- und Landtagsabgeordneten in einer Befragung an, dass die Medien bei der Setzung der politischen Agenda mehr Einfluss hätten als sie selbst. Und fast die Hälfte der Politiker waren der Ansicht, dass die Chancen eines komplexen und nicht medientauglichen Themas, überhaupt in den Gesetzgebungsprozess zu kommen, geringer sei als früher.¹¹³ Die Politik erkannte insbesondere im Fernsehen einen bedeutenden Einfluss auf das Wählerverhalten und widmete dem Fernsehen darum gesteigerte Aufmerksamkeit.¹¹⁴

Angesichts der durch die Digitalisierung hervorgerufenen Veränderungen in dem Feld der Medien erscheinen die Beobachtungen, die der These der Mediokratie zugrunde liegen, in Teilen überholt. Die daraus resultierenden demokratischen Herausforderungen werden damit jedoch nicht obsolet, statt-

dessen gewinnen sie an Relevanz. Die Politikwissenschaftler Christian Schicha und Andreas Dörner schreiben:

„Durch den Paradigmawechsel von der Schriftkultur zur visuellen Kultur, für die Inszenierung und Personalisierung eine zentrale Rolle spielen, avanciert die Aufmerksamkeit zur zentralen Größe politischer und publizistischer Machtausübung, die primär ikonisch und weniger diskursiv gesteuert wird. Dabei lenken Images und Bilder den öffentlichen Themendiskurs, um die eigene Agenda zu propagieren oder von den Themen der politischen Konkurrenten abzulenken.“¹¹⁵

Auch Andreas Reckwitz erkennt, dass medial vermittelte Wahrnehmungs- und Kommunikationsformen eine Überfülle ergeben, angesichts derer sich ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Betrachters ergibt.¹¹⁶ In den letzten 15 Jahren haben die schon lange feststellbaren Tendenzen der Personalisierung, Theatralisierung und Boulevardisierung der Politik durch soziale Medien signifikant zugenommen.¹¹⁷ Aufmerksamkeit scheint sich besonders in *social media* als zentrale Größe manifestiert zu haben. Die hinter den *websites* stehenden Unternehmen verdienen an *clicks* und den *usern* stehen mit *liken*, *teilen* und *kommentieren* Funktionen in derselben Logik zur Verfügung.

„Kein Spitzenpolitiker oder Regierungschef verzichtet heute auf den umfangreichen Einsatz visueller Politik; oft werden sie auf Schritt und Tritt von persönlichen Fotografen begleitet, die das politische Handeln fast in Echtzeit dokumentieren und vorteilhaft in Szene setzen – selbst in China oder im Iran. Heute geschieht dies meist mittels sozialer Netzwerke, was zu einer gewissen „Formatierung“ des Bildhandelns führt. So unterschiedlich Obama oder Trump, Merkel oder Erdogan in ihrer politischen Ausrichtung sein mögen – sie alle und viele mehr setzen etwa auf die umfangreiche visuelle Selbstdarstellung in der Bilderplattform Instagram [...], was tendenziell zu einer Angleichung der Bildertypen und Strategien führt: Ausdrucksstarke Fotografien gepaart mit kurzen Sprachtexten gehören heute zum rhetorischen Standardinstrumentarium.“¹¹⁸

Das, was Otto von Busch und Carl Palmås als permanentes *user-feedback* beschreiben¹¹⁹, das, was Colin Crouch als den Versuch der Politiker beschreibt, Kenntnisse über Bürger vor allem durch Techniken der Marktforschung zu erhalten¹²⁰ und das, was Thomas Meyer als fortwährende dichteste

Realitätsillusion beschreibt¹²¹, hat sich hier intensiviert. In *social media* fällt die redaktionelle Kontrolle anders aus, gelöscht wird nur, was strafrechtlich relevant erscheint und was den Richtlinien der Websitebetreiber widerspricht und das auch nur, wenn es gemeldet wird. Ob ein *post* reale Sachverhalte wiedergibt, ist erst einmal irrelevant. *Posten* Politiker, haben die *user* mit den Optionen *liken*, *teilen* oder *kommentieren* die Möglichkeit einer unmittelbaren Reaktion. Vosoughi et al. fanden heraus, dass sich falsche Nachrichten dabei viel schneller verbreiten als wahre Nachrichten.¹²² Diese Hinweise sollen nicht dazu dienen *social media* insgesamt zu kritisieren, vielmehr sollen sie erklären, warum es für Politiker sinnvoll erscheinen kann etwas zu posten, dass keinen Bezug zu einem realen Sachverhalt hat. *Fake news* wären demnach keine aus dem Affekt heraus getätigten Äußerungen, sondern absichtsvoll eingeleitete Inszenierungen, die dafür bestimmt sind ein Publikum zu affizieren. Der Schriftsteller und Journalist Martin Beyer merkt an, dass die Tatsache, dass das Faktische nicht mehr zu uns durchdringt, auch daran liegt, dass es immer schwieriger wird, die Aufmerksamkeit der Menschen dafür zu gewinnen. Zu viele Informationen würden miteinander konkurrieren, als dass wir sie alle gleichermaßen beachten könnten.¹²³ Dabei zeigen sich in den Inszenierungsstrategien durchaus Analogien zu ästhetischen Handlungen. So schreibt Andreas Reckwitz:

„Im Bereich des Ästhetischen geht es also nicht um Wahrnehmungen, die auf eine objektive und instrumentelle, scheinbar affekt-neutrale Erkenntnis von Gegebenheiten ausgerichtet sind, sondern um Akte, die das Subjekt zugleich emotional affizieren, berühren, in Stimmung versetzen.“¹²⁴

Denkt man die Idee, dass Politiker oder Parteien sich heute Produkten annähern und dass sich dafür Designstrategien bedient wird, konsequent zu Ende, kann man auch diese Gestaltung ästhetisch wirkender Akte nicht davon ausnehmen – auch nicht die, die keinen Bezug mehr zu realen Sachverhalten aufweisen. Im Gegensatz zu lebensweltlichen Affekten, wie der Furcht vor Gefahr oder der Freude über das Gelingen, die eine subjektive und intersubjektive Signal- und Kommunikationsfunktion haben, sind ästhetische Affekte Affizierungen um der Affizierung willen, in denen das Subjekt seine emotionalen Möglichkeiten austestet. So wie zum Beispiel die Furcht im Horrorfilm oder die Freude an der Natur.¹²⁵ Als solche können *fake news* in *social media* verstanden werden. Sie haben zwar den Zweck, das Subjekt in Stimmung zu versetzen, um es zur spezifischen Teilnahme an einem politischen System zu be-

wegen. Nach Reckwitz stellen jedoch rein zweckrationale und regelorientierte, ästhetisierte und affektlose Handlungsformen einerseits und rein ästhetische, ausschließlich an Sinnen und Affekten orientierte Aktivitäten andererseits nur Extrempunkte eines Kontinuums dar. Es gibt aber auch Mischpraktiken in denen Zweck- und Normorientierung mit relativ eingewichtigen Wahrnehmungsakten und Empfindungen kombiniert sind, sie sind dann ästhetisch imprägniert.¹²⁶

103
Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 355.

104
Vgl. Klemm, Michael (2017): Audiovisuelle Inszenierungen der Demokratie – und/oder des Populismus? Zur Analyse und Interpretation audiovisueller Politik im interkulturellen Vergleich. In: Fuchs, Christiane (Hg.) Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des kulturpolitischen Forums Tutzing. Stadtkultur Netzwerk Bayrischer Städte e.V., Ingolstadt. S. 55.

105
Vgl. Meyer, Thomas (2003): Die Theatralität der Politik in der Mediendemokratie. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B53/2003. S. 12ff.

106
Ebd. S. 14.

107
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 314f.

108
Ebd. S. 316f.

109
Vgl. Jakobs, Hans Jürgen (2010): Eine verlorene Liebe. Der Medienkanzler Gerhard Schröder entzaubert sich selbst – er kämpft gegen das System, das ihn groß gemacht hat. SZ.de <http://www.sueddeutsche.de/politik/politik-und-medien-eine-verlorene-liebe-1.884665> (zuletzt abgerufen am 18.03.2018)

110
Vgl. Esser, Frank/Pfetsch, Babara (2003): Amerikanisierung, Modernisierung, Globalisierung. Ein programmatisches Plädoyer für die komparative Kommunikationswissenschaft. In: Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (Hg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH. S. 47.

111
Vgl. Römmele, Andrea (2002): Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern. Professionalisierte Wahlkampftechnologien in den USA und in der BRD. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag GmbH. S. 31.

112
Vgl. Schoen, Harald (2004): Der Kanzler, zwei Sommerthemen und ein Foto-Finish. Priming-Effekte bei der Bundestagswahl 2002. In: Brettschneider, Frank/van Deth, Jan et al. (Hg.): Die Bundestagswahl 2002. Analysen der Wahlergebnisse und des Wahlkampfes. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. S. 27.

113
Vgl. Esser, Frank/Büchel, Florian (2013): Die Medialisierung der Gesellschaft. Herausforderung für die Demokratie? In: Kriesi, Hanspeter/Müller, Lars (Hrsg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 404f.

114
Vgl. Schicha, Christian/Dörner, Andreas (2005): Parteien zur Bundestagswahl 2005 – Für den Inhalt der Spots sind ausschließlich Parteien verantwortlich. In: Andreas Dörner, Christian Schicha (Hrsg.): Politik im Spot-Format. Zur Semantik, Pragmatik und Ästhetik politischer Werbung in Deutschland. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 9.

115
Ebd. S. 9.

116
Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 244.

117
Vgl. Klemm, Michael (2017): Audiovisuelle Inszenierungen der Demokratie – und/oder des Populismus? Zur Analyse und Interpretation audiovisueller Politik im interkulturellen Vergleich. In: Fuchs, Christiane (Hg.) Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des kulturpolitischen Forums Tutzing. Stadtkultur Netzwerk Bayrischer Städte e.V., Ingolstadt. S. 57.

118
Ebd. S.64f.

119
Vgl. Busch, Otto von/ Palmás, Karl (2016): Designing Consent: Can Design Thinking Manufacture Democratic Capitalism? In: Organizational Aesthetics. Volume 5, Issue 2, September 2016. S. 12.

120
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. In: Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte. 04/2008. S. 5. http://www.frankfurter-hefte.de/upload/Archiv/2008/Heft_04/NGFH_April_08_Archiv_Crouch.pdf (zuletzt abgerufen am 19.01.2018)

121
Siehe Meyer, Thomas (2003): Die Theatralität der Politik in der Mediendemokratie. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B53/2003. S. 12ff.

122
Siehe Vosoughi, Soroush et al. (2018): The spread of true and false news online. Science. <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full> (zuletzt abgerufen am 21.03.2018)

123
Vgl. Beyer, Martin (2017): Politik anders sprechen. Sprachdesign und Storytelling in der politischen Kommunikation. In: Fuchs, Christiane (Hg.) Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des kulturpolitischen Forums Tutzing. Stadtkultur Netzwerk Bayrischer Städte e.V., Ingolstadt. S. 119f.

124
Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 24.

125
Vgl. ebd. S. 24.

126
Vgl. ebd. S. 28f.

Design gegen Design

Das Konzept der Postdemokratie und auch der Diskurs zur Krise der Demokratie taugen nur bedingt als normative Grundlage für die im Designdiskurs vorherrschenden Handlungsmuster des *design for democracy*, *design as democracy*, *design in democracy* und *design of democracy*. Die politikwissenschaftlichen Diskurse identifizieren zwar Defizite der Demokratie, auf die die beschriebenen Handlungsmuster reagieren könnten. Das der Studie zur Krise der Demokratie zugrunde liegende Konzept der *embedded democracy* bezieht sich jedoch ausschließlich auf die institutionelle Architektur der Demokratie¹²⁷ und das Konzept der Postdemokratie erkennt in der politischen Beteiligung jenseits von Wahlen immer auch eine Abwendung von den politischen Institutionen¹²⁸. Daraus folgt die erschreckende Schlussfolgerung, dass man in postdemokratischen Gesellschaften nicht länger selbstverständlich davon ausgehen kann, dass sich bestimmte Parteien für bestimmte Themen engagieren, die Parteien abzuschreiben und ganz auf unabhängige Organisationen zu setzen, würde aber darauf hinauslaufen, sich an der postdemokratischen Verschwörung zu beteiligen.¹²⁹

Damit gewinnt auch die jeweilige Kritik an den Handlungsmustern im Designdiskurs an Vehemenz. Auffällig ist, dass die im Designdiskurs vorherrschenden Handlungsmuster eine Beobachtung nicht berücksichtigen, die aber im Konzept der Postdemokratie zentral ist und auch durch die Studie zur Krise der Demokratie benannt wird – die ästhetisch wirkenden Strategien der Politik. Diese werden im Designdiskurs gerne der Werbung und der PR zugeschrieben. Zum einen wird eine Verwandtschaft gestalterischer Praktiken mit Werbung oder PR zu Recht als unangenehm empfunden¹³⁰, zum anderen lässt sich nur so das Ideal aufrecht halten, dass Design Lösungen für die Defizite der Demokratien bieten würde, aber nicht Teil dieser Defizite ist. Es wird allerdings betont, dass die als unangenehm empfundenen Strategien des Design die vielfach zu beobachtende Verzahnung mit der Sphäre des Managements¹³¹ erst möglich gemacht haben.¹³² In der Konzeption eines performativen Designbegriffs wird zudem deutlich, wie versucht wird, sich von dem in Deutschland durch Waren-

ästhetik und Wirtschaftswunder geprägten Designbegriff zu lösen und Design auch auf Vorgänge zu beziehen, die sich noch im gesellschaftlichen Prozess befinden. Damit öffnet sich der Designbegriff auch für stringente, dramaturgische und musterbildende Designstrategien in der Politik.¹³³

Diese unter dem Begriff der Mediokratie subsummierten Inszenierungshandlungen sind selbst nicht nur als ein Defizit der Demokratie zu verstehen, sondern antworten ihrerseits auch auf eine spezifische Problematik der Moderne – das sich aus der Reduktion der Affekte ergebende Motivationsproblem sich an den rationalen Institutionen zu beteiligen.¹³⁴ Die mediokratischen Strategien haben sich durch die Digitalisierung intensiviert. Denkt man diese dramaturgischen und musterbildenden Strategien konsequent als Design, müssen auch Phänomene wie *fake news* als ein strategisches, ästhetisch wirkendes Design verstanden werden.

Um die Funktionsweise eines ästhetisch wirkenden Designs in der Postdemokratie zu beschreiben, stellt die vorliegende Arbeit inszenierende Sachverhalte isoliert als ein Phänomen der Postdemokratie dar. Das ist zwar sachdienlich, um das Phänomen zu beschreiben, in der Darstellung des umfanglichen Wirkens aber natürlich verkürzt. Es stellt sich die Frage, ob die hier beschriebenen Designstrategien nicht auch in den anderen beiden durch Colin Crouch beschriebenen Beobachtungen zur Postdemokratie strukturierende Wirkung entfalten. Zum einen werben die Marketingmechanismen mit ihren starken Metaphern nicht nur potentielle Konsumenten, sondern sie aktivieren in ihnen auch eine diffuse Angst davor, sich diesen Botschaften zu verweigern.

„Verführungsmächte lassen in ihren Botschaften gleichzeitig ein mit massiven Exklusionsängsten verbundenes Scheitern im Ensemble gesellschaftlicher Identitäten mitschwingen, die sofort auf den Plan treten, sobald sich der potentielle Kunde den Verführungscodes zu verweigern sucht. Es ist genau diese diffuse und unterschwellig produzierte Angst, die den potenziellen Kunden zum Markenakteur werden lässt – seine Angst, im gesellschaftlichen Ensemble von Markenidentitäten überflüssig und aus den Dienstleistungsketten ausgeschlossen zu werden.“¹³⁵

Hier wird die von Colin Crouch beschriebene Unfähigkeit sozialer, insbesondere im Dienstleistungssektor tätiger Gruppen, ihre eigene politische Agenda zu formulieren, besonders anschaulich. Gerade die Permanenz der Inszenierungen von Katastrophen und Angstszenerien schafft ideale Bedingungen für kontrollierte Nutzungs- und Dienstleistungsanpassung. Die diffusen

Angst Atmosphären sind die inszenierten Vorbedingungen für Mainstreams, die sich die kollektive Verunsicherung zu Nutze machen, um soziale Systeme und kollektive Identitäten in einer spezifischen Weise zu konfigurieren.¹³⁶ Zum anderen helfen diese Designstrategien auch, die schleichende Ablösung von Regierungsgewalt durch global agierende ökonomische Kräfte zu kaschieren. Das globale Geschäft verbirgt sich unter der Designoberfläche seiner korporatistischen Markenpolitiken. Damit wird das *brandmanagement* zu einer zentralen Strategie für den globalen Erfolg von *governance*.¹³⁷ Die durch Colin Crouch beschriebene Ausweglosigkeit¹³⁸ und die Mitverantwortlichkeit des Designs für die hier beschriebenen Strategien erschweren es, gestalterische Lösungen für die benannten Probleme zu denken. Dennoch soll hier der Versuch unternommen werden, Richtungen möglicher Handlungen zu skizzieren.

Eine Option, die auch genannt werden muss, wäre den Sachverhalt einfach zu ignorieren. Ausgehend von der Idee, dass eine Affektreduzierung zu einem Motivationsproblem bei der Teilnahme an rationalen Institutionen geführt habe¹³⁹, könnte man den Schluss ziehen, dass bei aller berechtigten Skepsis und Kritik an der Dramatisierung des Politischen ein Verzicht auf audiovisuelle Inszenierungen weder demokratiefördernd noch überhaupt realisierbar wäre. So geht Michael Klemm davon aus, dass Inszenierung zur politischen Kommunikation konstitutiv dazugehört. Denn politisches Handeln ist unspektakulär, langwierig, kompliziert, findet zumeist im Verborgenen statt und lässt sich nur schwer visualisieren. Als Konsequenz, so Klemm, sei eine glaubwürdige narrative Inszenierung nötig, für die symbolische Handlungen erforderlich sind, die Unsichtbares und Unsagbares vermitteln sollen.¹⁴⁰ Aus der Perspektive des Designdiskurses wird dieses Defizit von Demokratien gar nicht als solches identifiziert, bzw. die Ursachen nicht dem Design, sondern der Werbung und PR zugeschrieben.

Man könnte auch partizipieren und sich mit einer politischen Position gemein machen.

„Was fies klingt – parteiisch sein – und was auch wirklich gemein sein kann, weil es einen gerechten Wettkampf verzerrt und keine objektive und neutrale Position darstellt, ist in der Praxis der Gestaltung erstens immer der Fall – wenn auch oft uneingestanden – und zweitens nötig. Nötig für das, was Mouffe als den demokratischen Konflikt beschreibt.“¹⁴¹

Korporatistische Designpolitiken müssen permanent hinterfragt werden, schreibt Yana Milev. Das verlangt eine politische Grundhaltung, die sich De-

signer zu eigen machen sollten. Wer noch mit reinem Gewissen Marketingstrategien entwerfen und in Umlauf bringen will, muss sich stets die Frage stellen: Wem dient das Design?¹⁴²

Sich mit einer politischen Position gemein zu machen, muss aber nicht zwangsläufig bedeuten, Politiker und politische Handlungen so zu designen, dass sie ausschließlich eine Realitätsillusion darstellen und sich nicht mehr an realen Sachverhalten orientieren, denn man könnte die Kritik und Skepsis auch antizipieren. Martin Beyer fordert, *storytelling* aus einem demokratischen Verständnis heraus umfassend und strategisch einzusetzen. Er erkennt, dass Menschen Geschichten lieben. Ihm geht es dabei aber nicht darum Behauptungen aufzustellen, sondern von etwas zu erzählen. Zuhörer würden sich sofort beteiligt fühlen, das Erzählte auf sich selbst projizieren, sich freuen oder mitleiden. Im besten Fall würde das Vertrauen schaffen, Identität stiften, Wissen und Werte vermitteln. Seine Idee ist eine Adaption des *transmedialen storytelling*, in dem nicht mehr nur ein Buch, eine Dokumentation, eine App oder ein Film entwickelt wird, sondern ein größerer Erzählkosmos designt wird, aus dem unterschiedliche Geschichten für unterschiedliche mediale Kanäle geschöpft werden.¹⁴³ Er schreibt:

„[...] ein solches Vorgehen ließe sich auch sehr gut in der Politik umsetzen – zu einzelnen Themen wie auch als Gesamtstrategie für Parteien oder Kandidaten. Das hätte Konsequenzen für den Sprachgebrauch, für die Entscheidungsprozesse, für die Zusammensetzung von Gremien und für vieles mehr. Gemünzt auf die Politik könnte sich eine Partei oder ein Kandidat als ein Erzählkosmos definieren, der seine Werte und Argumente und Visionen in Verbindung mit Geschichten über verschiedene Kanäle kommuniziert; wie gesagt: auf der Grundlage von Ethos, Logos und Pathos. Es geht nicht darum ein Lügengebäude zu konstruieren. [...] Definiert werden sollten grundlegende Werte, Argumente, die inhaltliche Substanz, darüber hinaus eine Vision, wie die Welt sein wird, wenn diese Dinge umgesetzt werden.“¹⁴⁴

Beyer findet, dass die Komplexität der Argumente und auch der Narrative in den verschiedenen Erzählformen variieren sollte. Komplexität sei auch im Twitter-Format möglich, der Kategorische Imperativ ließe sich wunderbar über dieses Medium verbreiten. Wichtig ist Beyer, dass die Geschichten weder im Widerspruch zu definierten Werten und der Faktizität stehen, noch zu den handelnden Charakteren. Dann ergäbe sich das, was in der Markenentwicklung das *meaning* einer Marke genannt würde. Vor allem bei jungen Menschen

haben sich Rezeptionshandlungen von einer passiven Aufnahme von Informationen oder Narrativen zu einer aktiven verändert, so Beyer, man möchte involviert sein, Gestaltungsspielräume haben und auch eine sinnliche Erfahrung ermöglicht bekommen.¹⁴⁵

Man könnte auch korrigierend gestalten. Die Möglichkeit etwas zurückzunehmen, kann im Design nicht vorkommen, Design widerruft nicht. Es herrscht der Glaube vor, dass schlechtes Design, schlechte Resultate immer durch Wiederholung und Neuauflagen repariert werden können.¹⁴⁶ Design kann demnach nur durch neues Design abgelöst werden. Cameron Tonkinwise fordert Designer dazu auf, sich gegen *social media* zu wehren. Demokratie sei nicht nur inklusiv, sondern müsse auch gewisse Personen ausschließen. Eine Aufgabe von Design erkennt er auch darin, Sympathisanten von nationalsozialistischen Ideen von *facebook* oder *twitter* auszuschließen. Das sei ein Problem des Systemdesigns, eine spezifische, materialisierte Herausforderung für *interface* und *interaction* Designer. Um gutes Design zu etablieren, müssten die Verantwortlichen von *facebook* und *twitter* herausgefordert werden – egal ob sie Gründer oder Investoren sind.¹⁴⁷

Man könnte auch kritisieren. Die von Colin Crouch beschriebene Ausweglosigkeit und die Verstrickung von Designstrategien kann man auch zum Anlass nehmen diese zu thematisieren. Auch nach Andreas Reckwitz macht es der Universalismus von Kreativitätswunsch und Kreativitätserwartung schwer, grundsätzliche Alternativen dazu zu denken.¹⁴⁸ Er gesteht jedoch der Sozialkritik zu, als Instrument gegen Ästhetisierungsüberdehnungen zu wirken. Sie kann den Maßstab einer deliberativen Demokratie für die Politik und der sachhaltigen Information für die Massenmedien zur Verfügung stellen und zu einer Begrenzung und Selbstbegrenzung des Ästhetischen führen. Kritisieren kann auch das Design. Die Verführungsgewalt einer neoliberalen Hegemonie durch Inszenierungskraft von Werbedesigns und Marketing sei zwar kaum zu neutralisieren, schreibt Yana Milev, es sei aber auch Aufgabe der *creative industries* das Phänomen aufzuklären. Sie fordert eine kritische Designsoziologie und Designphilosophie.¹⁴⁹

127
Vgl. Merkel, Wolfgang (2013): Defekte Demokratien. Mehr Schein als Sein? In: Kriesi, Hanspeter/Müller, Lars (Hg.): Herausforderung Demokratie. Lars Müller Publishers, Zürich. S. 270.

128
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 26.

129
Vgl. ebd. S. 141.

130
Vgl. Papanek, Victor (1973): Design for the Real World. Human Ecology and Social Change. Bantam Books, Toronto/ New York/ London. S. 14.

131
Vgl. Armstrong, Leah/ Bailey, Jocelyn/ Julier, Guy/ Kimbell, Lucy (2014): Social Design Futures. HEI Research and the AHRC. University of Brighton. S. 7. <https://mappingsocialdesign.files.wordpress.com/2014/10/social-design-report.pdf> (zuletzt abgerufen am 31.01.2018)

132
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 181f.

133
Vgl. Milev, Yana (2014): Designsoziologie. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfesfeld der Politischen Theorie und Soziologie. Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 114.

134
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 316f.

135
Milev, Yana (2014): Designsoziologie. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfesfeld der Politischen Theorie und Soziologie. Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 112f.

136
Vgl. ebd. S. 113.

137
Vgl. ebd. S. 116.

138
Vgl. Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main. S. 141.

139
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 316f.

140
Vgl. Klemm, Michael (2017): Audiovisuelle Inszenierungen der Demokratie – und/oder des Populismus? Zur Analyse und Interpretation audiovisueller Politik im interkulturellen Vergleich. In: Fuchs, Christiane (Hg.) Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des kulturpolitischen Forums Tutzing. Stadtkultur Netzwerk Bayrischer Städte e.V., Ingolstadt. S. 57f.

141
Fezer, Jesko (2017): Parteiisches Design Speak Up! In: form 272/2017. S. 105.

142
Vgl. Milev, Yana (2014): Designsoziologie. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfesfeld der Politischen Theorie und Soziologie. Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 99.

143
Vgl. Beyer, Martin (2017): Politik anders sprechen. Sprachdesign und Storytelling in der politischen Kommunikation. In: Fuchs, Christiane (Hg.) Politisches Design – Demokratie gestalten. Dokumentation des kulturpolitischen Forums Tutzing. Stadtkultur Netzwerk Bayrischer Städte e.V., Ingolstadt. S. 122.

144
Ebd. S. 122f.

145
Vgl. ebd. S. 123ff.

146
Vgl. Busch, Otto von/ Palmás, Karl (2016): Designing Consent: Can Design Thinking Manufacture Democratic Capitalism? In: Organizational Aesthetics. Volume 5, Issue 2, September 2016. S. 18.

147
Vgl. Tonkinwise, Cameron (2017): This Time, It is really Happening: Democracy must be Defended, by Undemocratic Design Specifications. Academia. S. 9.

148
Vgl. Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag, Berlin. S. 314.

149
Vgl. Milev, Yana (2014): Designsoziologie. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfesfeld der Politischen Theorie und Soziologie. Internationaler Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main. S. 98.

