

Julia Katharina  
Böttcher

Design in der Netzwerkökonomie  
— Moderne Designpraktiken als  
Instrument konstruktiver Kritik



Hamburger Papiere zur Designtheorie  
und -forschung an der HFBK Hamburg

# DENKEN ÜBER DESIGN

Julia Katharina  
Böttcher

Design in der Netzwerkökonomie  
— Moderne Designpraktiken als  
Instrument konstruktiver Kritik

Master-Arbeit im Studienschwerpunkt Design

Betreuende Professoren:  
Jesko Fezer, Dr. Friedrich von Borries

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

material 383-08

Materialverlag  
der Hochschule für Bildende Künste Hamburg  
2018

Hamburger Papiere zur Designtheorie  
und -forschung an der HFBK Hamburg

## Inhalt

6	Einleitung	44	"Der neue Geist des Kapitalismus" nach Eve Chiapello und Luc Boltanski
12	Die historische Entwicklung des Designs. Von der objekthaften zur prozesshaften Gestaltung	58	Design als Künstlerkritik
30	Die Veränderung der Designpraktiken	68	Design zwischen Prozessgestaltung und Formgebung
		70	Quellen- und Literaturverzeichnis

## Der Ausgangspunkt dieser Arbeit

Design hat heute viele Gesichter. Neben den bekannten Anwendungsgebieten wie dem Industriedesign und dem Kommunikationsdesign, sorgen vor allem neue Begriffe wie „Design Thinking“, „Service Design“ oder „Social Design“ für Diskussionen. Das Ungewöhnlichste an diesen neuen Designpraktiken besteht darin, dass sie das Grundsätzliche des Designs verlassen zu haben scheinen - die gegenständliche Gestaltung ob in Produkt oder Papier. Ihre Produkte sind prozesshaft und erweitern den Begriff des Designs um eine lange angekündigte, weitere Dimension. Doch so neu und so unerklärlich sind diese neuen Designpraktiken keineswegs. Sie stehen vielmehr im Zeichen einer Zeit, in der Produkte aufgrund neuer Technologien in ihrer haptischen Objektivität an Bedeutung zu verlieren scheinen und das Soziale sowohl aus dem Blickwinkel der Wirtschaft als auch des zukünftigen gesellschaftlichen Miteinanders in den Fokus innovativer Lösungsansätze geraten ist. Oder handelt es sich hier gar um ein und dasselbe?

Die ersten beiden Ansätze des Service Designs und des Design Thinkings bezeichnen eine Anpassung des Designs an eine Produktion und Gesellschaft, die nicht länger den Gesetzen der haptischen Warenproduktion gehorcht, sondern ihren Fokus auf den Verkauf von Serviceleistungen gelegt hat, die mithilfe der digitalen Datenproduktion die Lebensqualität der Menschen durch eine perfekte Verquickung von Servicekomfort und Objekt steigern sollen.

Gegenstand dieser Designleistungen sind die Verknüpfungen der unterschiedlichen Servicebestandteile untereinander, sowie die Beziehung zwischen Anbieter und Kunde, die in der Umdeutung von Unternehmensangebot als Service in den Fordergrund rücken. Aus dieser Perspektive kann nun auch Innovation nicht länger in der Weiterentwicklung ausschließlich technischer Produkte liegen, sondern muss diese in „Service-Produktlösungen“ beinhalten oder umwandeln, die unmittelbar als Antwort auf die Wünsche der Kunden wirken. Design Thinking als Methode verspricht hier erfolgreiche Unterstützung durch die Entwicklung neuartiger Konzepte im Kundenkontakt. Anhand einer dem

designerischen Entwerfen entlehnten, operationalisierten Vorgehensversucht das Design Thinking, auf Basis eines gemeinsamen erarbeiteten Bedürfnisverständnisses, wirkungsvolle Angebote zu entwickeln. Handlungsgrundlage bildet bei diesem Prozess die jeweils eigene Logik des Kundenauftrags, in die das firmeneigenen Know-How bestmöglich und lösungsorientiert einzubringen ist. Damit verbunden ist die schrittweise Abkehr von der rein linearen Weiterentwicklung technischer Lösungen, die an ein statistisch ermitteltes Kundenbedürfnis anschließt.

Beide Herangehensweisen, das Service Design wie auch das Design Thinking als prozesshafte Konzeptentwicklung, zeichnen sich somit durch ihre große Nähe zum Kunden aus. In der Integration vorher unterschiedlicher Leistungsangebote in das Verständnis einer Serviceleistung zum Erzielen eines konvergenten responsiven Angebots, eröffnet sich für eine vorwiegend aus Dienstleistungen bestehende, westliche Wirtschaftswelt eine neue Perspektive der Wettbewerbspolitik. In der Gestaltung eines guten Services, liegt die Möglichkeit eines nachhaltigen Kundenkontaktes, um sich am Markt abzuheben. Gestaltungsgegenstand ist somit nicht mehr ausschließlich das Objekt. Vielmehr kommt dem sozialen Beziehungskontext, anhand dessen das Angebot in die sozialen Netze eingeordnet wird, immer größere Bedeutung zu.

Da es sich hier um die Gestaltung menschlicher Beziehungen handelt, wird zur Beschreibung dieser ungewohnten Anwendung von Design oft der Begriff des „Social Design“ verwendet. Seine genaue Bedeutung ist jedoch schwierig zu fassen, da kaum fundierte theoretische Auseinandersetzungen zu seiner Beschreibung existieren. Während der Begriff im wirtschaftlichen Kontext die Gestaltung sozialer Interaktion im Horizont des wirtschaftlichen Mehrwertes beschreibt, versteht das Design den Begriff als Gestaltungsleistung, die mit einem sozialen Mehrwert versehen ist und zunächst außerhalb der wirtschaftlichen Bemessungsgrundlage steht. Diesem Verständnis ist eine kritische Haltung des Designs dem kapitalistischen System gegenüber inhärent, die in einer langen Tradition der gestalterischen Disziplin begründet ist.

Ausgehend von den ersten Industriedesignern, die als Künstler mit systemkritischer Haltung ihren Eingang in das frühe Industrieunternehmen fanden, entwickelte sich eine Sichtweise, die dem Design einen weitaus größeren Gestaltungsauftrag zuschrieb, als die wirtschaftliche Absatzsteigerung. Sie verfolgte die Vision einer sozialen gesellschaftlichen Reformation anhand funktional gestalteter Produkte. Die Vorstellung einer gerechteren Welt durch Gestaltung ist der Disziplin über die Jahre erhalten geblieben und erfährt je nach sozialer Lage der Gesellschaft ihre Aktualisierung.

Wie an den Erklärungen der ersten beiden momentan aktuellen Designleistungen zu erkennen ist, verändert sich das Anwendungsgebiet des Designs in Abhängigkeit seiner beiden Grenzbereiche Technik und Wirtschaft. Diese beeinflussen wiederum auch den Charakter von Gesellschaft, was sich in der Bildung neuer Lebensweisen und Werte äußert. So wie das Design im wirtschaftlichen Bereich seine Handlungsweisen anpassen muss, um weiterhin gestalterisch wirken zu können, so gilt das auch für den sozialen Bereich. Strukturelle Verbindung finden diese beiden Aspekte in der jeweiligen zeitgenössisch vorherrschenden Organisationsgrundlage, innerhalb derer sich Konventionen zur Regelung des mitmenschlichen Zusammenlebens wie auch zur Bewertung von Gerechtigkeit bilden. Um seine Wirkungskraft zu erhalten ist das Design gezwungen, seine Gestaltungsweise dem jeweiligen strukturellen Zeitgeist – der hier nicht als ästhetisch zu verstehen ist – anzupassen.

Unser momentanes gesellschaftliches Zusammenleben ist zunehmend durch die Verbreitung eines neuen strukturellen Paradigmas geprägt, welches sich in seinem Aufbau erneut an den Mechanismen des derzeitigen technischen Systems zu orientieren scheint. Die Rede ist vom Netzwerk, welches in immer mehr Bereichen als neue organisatorische Grundlage zutage tritt. Doch die Voraussetzung, dass sich diese Strukturform als neues funktionalistisches Ordnungsmuster durchsetzen konnte, liegt nicht in seiner Begründung durch die moderne Technik, sondern in einem paradigmatischen Umschwung, der sich seit ungefähr Mitte des letzten Jahrhunderts in unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen verbreitet. Diese neue Denkweise stellt die Erzeugung von Identität durch Beziehungen unterschiedlicher singulärer Einheiten zueinander dem Verständnis einer kategorisierenden Ordnungsstruktur anhand von Attributen gegenüber. In diesem Sinne erfolgt eine Dekonstruktion alter Ordnungsmuster anhand des Netzwerks, die neben dem technischen System nun auch die Wirtschaft und die gesellschaftliche Lebenswelt neu strukturiert.

Allgemeiner Akzeptanz erfreut sich die Netzwerkmetapher aufgrund ihrer anscheinend liberalen Funktionsmechanismen, wie der Gleichwertigkeit unterschiedlicher Arten von Einheiten unter dem Ausschluss von Hierarchien und der darin enthaltenen Möglichkeit, grundsätzlich alles miteinander zu einem bestimmten Zweck in Verbindung zu setzen. In dieser Eigenschaft wirkt diese Struktur verlockend für all diejenigen, die sich von den Strukturen des alten Einheitsdenkens unterdrückt und in ihrer freien Entfaltung eingeschränkt fühlen.

Explizite Form hat diese Schilderung in der Veränderung der Wirtschaft angenommen, die sich entlang Arbeitnehmerforderungen nach

flexibleren Arbeitsformen und einer demokratischeren Arbeitswelt sowie der Integration digitaler Technik in den Arbeitsalltag nach einem neuen Organisationsmuster auswuchs, welches ihr heute die Bezeichnung der Netzwerkökonomie einbringt. Gearbeitet wie auch verkauft wird nun anhand vernetzter Strukturen, die eine Ausbreitung des Systems nach den grenzenlosen Gesetzen des Netzwerkes an grundsätzlich jedem Ort der Welt zulassen, solange ein Zugang zum weltweiten Kommunikationsnetz vorhanden ist. Dieses neue gesellschaftliche Gefüge stellt die autonome Handlungsweise und Selbstverwirklichung als höchstes Gut in den Mittelpunkt der Gesellschaft. Sie führt jedoch auch zu einer wachsenden Vereinzelung innerhalb des Gemeinwesens.

Aus dem Blickwinkel einer vor allem auf die Werte der Individualisierung und Selbstverwirklichung bezogenen Gesellschaft, erscheint diese neue Form der Arbeitsorganisation als eine großartige Möglichkeit, Arbeits- und Lebenswelt nach eigenen Bedürfnissen miteinander zu verbinden. Doch was als Möglichkeit der individuellen Gestaltung von Arbeit begann, ist mittlerweile zum ungeschriebenen Gesetz geworden. Immer mehr Firmen haben den Wert der Flexibilisierung für die eigene Leistungsfähigkeit am Markt erkannt und setzen aus diesem Grunde auf befristete Arbeitsverhältnisse, eine autonome und selbstbestimmte Arbeitsweise ihrer Mitarbeiter sowie deren Wille zur Ungebundenheit, um je nach Bedarf an unterschiedliche Standorte im Firmennetzwerk versetzt werden zu können.

Um in einer solchen Welt sein Auskommen zu finden, sind nun nicht mehr nur fachliche Kompetenz, sondern auch eine hohe persönliche Anpassungsfähigkeit und Mobilität von Nöten, die es dem Arbeitnehmer erlauben seine Qualifikationen in möglichst vielfältigen Beschäftigungsverhältnissen unter Beweis zu stellen. Ist gerade diese persönliche Flexibilität nicht gegeben, fehlt die Grundlage, den persönlichen Wert für das System unter Beweis stellen zu können und man läuft Gefahr aus dem System heraus zu fallen. Die Wahrscheinlichkeit zur Gruppe der Ausgeschlossenen zu gehören, besteht somit grundsätzlich für jeden, unabhängig von fachlicher Qualifikation. Sie erzeugt auf diese Art und Weise eine neue Form der sozialen Ungleichheit, die mit dem herkömmlichen Verständnis der sozialen Klassen weder begriffen noch korrigiert werden kann. In dem Unvermögen die Situation genauer zu benennen oder in ein gewohntes Wertegerüst aus „gerecht“ und „ungerecht“ einzuordnen, bleiben lediglich Orientierungslosigkeit und das Gefühl, das etwas nicht stimmt. Es entsteht eine Gesellschaft, für die Beziehungen und Kontakte zur Geschäftsbasis werden und zu enge Familienbande zum Hindernis für den Erfolg in der mobilen Welt.

Eine Unterscheidung zwischen Markt und Persönlichem erscheint, wenn auch zumeist aus positiven Beweggründen geboren, fast nicht mehr möglich und ein bewusster Verzicht auf die Teilnahme am Netzwerk gleichbedeutend mit der eigenen sozialen Auslöschung. Wie also ist ein weiterhin freudvolles Leben in dieser Art Gesellschaftsstruktur möglich? Und gibt es eine Möglichkeit für das Design, dem so oft eine kollaborative Rolle in der Ausbreitung des jeweiligen kapitalistischen Systems vorgeworfen wird, hier in entgegen gesetzter Tendenz behilflich zu sein?

## Das Ziel dieser Arbeit

Der Frage nach der Aufrechterhaltung einer erstrebenswerten Existenz in der Netzwerkökonomie haben sich die Wirtschaftswissenschaftlerin Eve Chiapello und der Soziologe Luc Boltanski in ihrer Studie „Der neue Geist des Kapitalismus“ gewidmet. Aus diesem Grunde soll ihr Werk die theoretische Basis dieser Arbeit liefern.

Grundsätzliches Anliegen ihrer Studie bestand darin herauszufinden, wie es dem kapitalistischen Systems trotz offensichtlicher Vereinnahmungstendenz immer wieder gelänge, zu einer breiten gesellschaftlichen Akzeptanz zu kommen. Den Grund für das Phänomen machen die Autoren an einer Wandlung des jeweiligen gesellschaftlichen Wertesystems fest, welches das sich radikal ausbreitende Wirtschaftssystem aus der Sphäre der Moral begrenzen würde.

Sie erklären außerdem, dass der Kapitalismus in seiner Ausformung wesentlich durch die ihm entgegengebrachte Kritik beeinflussbar ist. Diese unterteilen die Autoren in zwei Typen, den der individualisierenden Künstlerkritik und der integrierenden Sozialkritik. Die beiden Autoren stellen fest, dass es im Verlauf der Herausbildung der aktuellen Wertebasis der Netzwerkökonomie, deren Entwicklungsbeginn sie mit den starken Gewerkschafts- und Studentenprotesten des Jahres 1968 datieren, zu vergleichsweise wenig Äußerung von Kritik gekommen sei. Sie nehmen an, dass die Zugeständnisse auf die Forderungen dieser letzten großen kritischen Bewegung, die vor allem im Zeichen der Künstlerkritik die Individualisierung und Emanzipation von der systembedingten persönlichen Unterdrückung forderte, derart erfolgreich gewesen sei, dass jeglicher weiteren Kritik für einen langen Zeitraum die Grundlage entzogen worden sei. Chiapello und Boltanski plädieren für eine Wiederbelebung sowohl der Sozial- als auch der Künstlerkritik, um die Herausbildung einer neuen, Gerechtigkeit verheißenden Wertegrundlage einzufordern. Notwendig für das Wiederbeleben der beiden Kritikformen sei deren Anbindung an die

Problematiken, die sich innerhalb der Netzwerkökonomie ergeben würden, um aus dieser Sicht für andere Lösungsansätze einzutreten.

Das Design in seiner heutigen Form als mittlerweile systemischer Problemlösungsprozess und seiner Ausrichtung auf die Gestaltung von menschlicher Interaktion und Kommunikation könnte hier ein wertvolles Mittel darstellen, um konstruktive Alternativen zu erarbeiten.

Die folgende Arbeit soll nun zeigen, wie Design, wenn es auch zunächst ausschließlich als Mittel der kapitalistischen Ausbreitung erscheint, dennoch als kritisches Werkzeug nach dem Verständnis der Künstlerkritik wirken kann.

## Die historische Entwicklung des Designs. Von der Objektgestaltung zur prozesshaften Gestaltung

Das Design kann mittlerweile auf eine fast 170-jährige Geschichte zurückblicken, nimmt man die erste Weltausstellung 1851 in London als den Wendepunkt in der industriellen Produktgestaltung. Diese richtete – aufgrund einer hier einsetzenden internationalen Konkurrenz – den Fokus der Hersteller vor allem auf eine ästhetische Aufwertung ihrer Produkte, die einen Einbezug der Künstler in die Fertigung notwendig machte. Aus der Integration der Künstler in die Industriebetriebe des späten 19. Jahrhunderts entwickelte sich das Berufsfeld des klassischen Industriedesigners, dessen Aufgabe es war, die industriell gefertigten Produkte sowohl im Sinne einer guten Herstellbarkeit als auch einer ästhetischen Annehmbarkeit zu gestalten. Der Künstler stammte zumeist aus dem Umfeld des noch nach traditionellen Mitteln arbeitenden Handwerks und brachte seine eigenen Wertvorstellungen in die Zusammenarbeit mit dem Unternehmer ein. Diesen Wertvorstellungen entsprach vor allem die material-qualitative Aufwertung der Produkte, sowie die Verbesserung der Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten.

Aus dieser Forderung der ersten Industriedesigner entwickelte sich eine kritische Haltung des Designers, die der Disziplin bis zum heutigen Tage erhalten geblieben ist. Aufgrund der Veränderung von Technik und Gesellschaft, hat sich auch das Design verändert und kann heute auf ein anderes Gestaltungsinstrumentarium blicken als vor 170 Jahren. Im folgenden Abschnitt sollen der Ursprung sowie ein weiterer wichtiger Meilenstein in der Entwicklung des Designs dargestellt werden, die die Grundlage für die Herausbildung der im weiteren Verlauf behandelten modernen Designpraktiken darstellen.

### Design als Beförderer sozialer Gerechtigkeit und Menschlichkeit

Der Ursprung des Designberufs liegt in den Künstlern und Musterzeichnern der Industrialisierung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts<sup>1</sup>. Mit Ablösung der manufakturiellen Fertigung durch die Industrie, ergab sich für die vorher mehr oder weniger frei arbeitenden Künstler die Position des Formge-

stalters als Angestellter im industriellen Betrieb. Die neue Produktionsform brachte jedoch sowohl für das Selbstverständnis des Künstlers als auch für die damalige Produktkultur einige Herausforderungen mit sich.

Durch die neuen Produktionsverfahren war es möglich, die industriell gefertigten Erzeugnisse viel günstiger anzubieten, als die Produkte aus der handwerklichen Fertigung. Der günstige Preis der Industrieware ergab sich jedoch nicht nur aus den geringen Stückkosten der Großserie, sondern auch aus der Verwendung kostengünstiger Ersatzmaterialien, die eine schwindende Qualität der hochwertig anmutenden Produkte zur Folge hatte. Diese Entwicklung führte zu einer Krise des Handwerks, welches seine weiterhin händisch hergestellten Produkte nicht zu derart niedrigen Preisen anbieten konnte. Des Weiteren befürchteten gerade die im angewandten Bereich tätigen Künstler einen Verfall des Geschmacks, da sich die Mehrheit der bürgerlichen Breite mit schlechten Materialien und ornamentalen Imitaten zufriedenstellen ließ<sup>2</sup>. Außerdem wuchs der Unmut über die desaströsen Arbeitsbedingungen in der Produktion und die schlechten Lebensbedingungen der Arbeiterschaft. Aus den Reihen der Künstler sowie der mit Kunst und Gestaltung assoziierten Berufe der damaligen Zeit wurde der Ruf nach einer Reformierung des Stils laut, die nicht nur das Produkt sondern auch die Produktion modernisieren sollte.

An dem Charakter ebendieses Stils als Ausdruck gesellschaftlicher Kultur, teilten sich die Meinungen der Befürworter dieser Reformbewegung. Die dem alten Produktionswesen des Handwerks Nahestehenden fanden sich in der Idee eines neuen, in sich reduzierten Ornamentstils – dem Jugendstil – als Gegengewicht zur industriellen Massenware zusammen und versuchten auf diese Weise, die alten Handwerkskünste zu erhalten. Im Angesicht der nicht aufzuhaltenden Industrialisierung argumentierte der andere Teil der Reformen für einen generellen Verzicht auf jegliche Art von Verzierung und eine damit verbundene Modernisierung der Gesellschaft in Fertigung und Stil.

Das Ornament und somit die äußere Gestalt eines Produktes stand damals im Kreuzfeuer der sich wandelnden gesellschaftlichen Wertevorstellungen. Jahrhunderte lang hatte die Verzierung eines Objektes Aufschluss über die soziale Stellung des Eigentümers gegeben. Gerade aus diesem Grund war die Imitation unterschiedlicher frühherrschaftlicher Stile für den Absatz der industriellen Produkte unverzichtbar. Mit Einsetzen der Industrialisierung war es möglich, vermeintlich aufwendige und teure Produkte zu einem Bruchteil der ursprünglichen Fertigungskosten herzustellen. Viele Produkte, die vorher nur für den Adel und das gehobene Bürgertum erschwinglich waren, wurden nun auch unteren Schichten zugänglich. In dem Wunsch nach einem besseren

sozialen Status, fanden diese Produkte besonders in der Klasse der freien Unternehmer ihren Absatz, da diese durch die Industrialisierung nun erstmals dazu in der Lage waren, sich über das Notwendigste hinweg etwas zu leisten<sup>3</sup>.

Unter Einbezug historistischer Stilmerkmale, sowie durch die Imitation des eigentlich in seiner vergleichbaren Schlichtheit reformistisch wirkenden Jugendstils, entwickelte sich ein neuer Aufschwung des Ornaments. Bereits in der handwerklichen Fertigung aufwendig, führte es auch in der industriellen Herstellung immer noch zu einem erheblichen Mehraufwand, der kostenintensiv und mit der Güte der ursprünglichen Verzierungen nicht vergleichbar war. Die unverhältnismäßig hohen Stückkosten standen so einer grundsätzlichen materiellen Qualitätsverbesserung bereits entgegen. Das Ornament verhinderte eine weitere Rationalisierung der Produktion in deren Konsequenz, so die sozialkritischen Stimmen, die hergestellten Produkte auch für die Arbeiter selbst erschwinglich geworden wären. Diese waren bis dahin trotz jeder gut gemeinten Prophezeiung vom Konsum ausgeschlossen geblieben. Die Aufrechterhaltung eines jeglichen ornamentalen Stil stand somit einer sozialen Gerechtigkeit sowohl in Symbolik als auch in Pragmatik entgegen.

Wie bereits angedeutet, gab es zwei unterschiedliche Möglichkeiten, den Veränderungen der Industrialisierung entgegenzutreten. Ein Beispiel für den Erhalt eines reduzierten Ornaments unter der Voraussetzung einer erneut überzeugenden Produktqualität, waren die Vertreter der englischen Arts-and-Crafts-Bewegung.

Sehr viel früher als in Deutschland, bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts<sup>4</sup>, hatte die englische Ökonomie mit der schlechten Qualität industriell gefertigter Produkte und der damit ausbleibenden Konjunktur zu kämpfen. Zur Ausbildung entsprechend fachlich kompetenten Personals sowie zur Entwicklung eines neuen, zeitgemäßen Stils, wurden im ganzen Land staatlich finanzierte Zeichenschulen (Schools of Design) ins Leben gerufen, um die „Hebung der Nationalgeschicklichkeit“<sup>5</sup> zu fördern. Diese Schulen waren, im Gegensatz zum ausschließlich privat finanzierten Bildungssystem, öffentlich und konnten somit auch von Mitgliedern weniger zahlungskräftiger Schichten besucht werden, die langfristig gesehen als Musterzeichner einen Teil der industriellen Produktion stellen sollten.

Der im späteren geschichtlichen Kontext als Schriftsteller, Maler, Kunsthistoriker und Sozialphilosoph bekannte John Ruskin<sup>6</sup> vertrat die Auffassung, dass Schönheit nur aus erfahrener Schönheit erwachsen konnte und plädierte daher zunächst für die Verbesserung der Produktionsverhältnisse<sup>7</sup>. Ruskin gilt als ideologischer Mitbegründer der Arts-and-Crafts Bewegung, die

sich seit circa 1850 für eine erneut angemessene Verwendung von Material und Dekor im England der Frühindustrialisierung einsetzte<sup>8</sup>. Der bekannteste Praktiker dieser Bewegung war William Morris, auf dessen Werk an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden kann.

Ruskin unterstütze die Einrichtung staatlicher Schulen an sich<sup>9</sup>, argumentierte jedoch offen gegen die dort angewendeten Lehrmethoden, die auf den Anschluss des künstlerischen Erzeugnisses an die industrielle Fertigung abzielten<sup>10</sup>. Er war ein strikter Gegner der Industrialisierung und der dortigen Unterordnung des Menschen unter den Takt der Maschine und der damit verbundenen Rationalisierung von Arbeiter und Erzeugnis<sup>11</sup>.

Weiterhin ergab sich für Ruskin die Ästhetik eines Erzeugnisses nicht erst durch dessen Dekor, sondern begann bereits bei der materiellen Produktästhetik. Demnach wäre zunächst die Verbesserung der materiellen Produktqualität in Angriff zu nehmen<sup>12</sup>, bevor an die weitere Ästhetisierung der Oberfläche durch Design gedacht werden könne. Das Ornament wäre laut Ruskin lediglich dazu da, den Produkten einen zeitlosen ästhetischen Wert zu verleihen und nicht, um zu einer möglichst schnellen stilistischen Überholtheit zu führen<sup>13</sup>. Für Ruskin waren Musterschulen daher nur sinnvoll, wenn sie in einer korrigierenden, pädagogischen Funktion dazu beitragen würden, ebendiese Werte zu verbreiten. Unter Einsatz persönlicher finanzieller Mittel versuchte er, nichtkapitalistische Produktionskommunen ins Leben zu rufen, in denen die handwerkliche Produktion weiterhin die einzige Art der Herstellung bleiben sollte<sup>14</sup>.

Auch in Deutschland sah man sich mit einiger zeitlicher Verzögerung um 1900 mit derselben Problematik des Qualitätsverfalls und der Uneinigkeit über den Stellenwert des Musters konfrontiert. Auch hier versuchten die Künstler zunächst durch die Etablierung des Jugendstils ein Gegengewicht zu den Historismus-Imitationen der Industrie zu bilden. Jene Künstler blieben dem Kunstgewerbe treu und arbeiteten weiterhin in kleinen Manufakturen mit fachlich spezialisierten Handwerkern.

Die weiterhin in Werkstätten organisierte Produktion war der Struktur der englischen Arts-and-Crafts-Bewegung sehr ähnlich. Wie auch Ruskin, vertraten die Anhänger der Kunstgewerbereform die Auffassung einer gerechteren und „schöneren“ Gesellschaft durch die Gestaltung von Produkt und Umwelt. 1907 wurde im Bezug auf das englische Vorbild<sup>15</sup> der Deutsche Werkbund ins Leben gerufen, eine „Vereinigung von Künstlern, Gewerbetreibenden und Sachverständigen“<sup>16</sup>, die sich dem Erhalt deutscher Produktqualität annehmen sollte. Wie in England, gab es auch in Deutschland die Notwendig-



keit, die gestalterischen Berufsausbildungen zu verbessern und das Verlangen nach einer staatlich verankerten „produktkulturellen Reform“<sup>17</sup>.

Von Anfang an herrschte jedoch Uneinigkeit über die Positionierung des Werkbundes gegenüber der Industrie. Zwar stimmte man darin überein, dass die bedrückende Arbeit in den Fabriken eine schlechte Grundlage für die Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte sei und deren Herstellung eine weniger stückkostengetriebene Produktionsweise erforderte. Dennoch räumte man den Erfordernissen der Industrie und einer damit verbundenen produktästhetischen Reform mit dem Ziel einer Kostenrationalisierung zur Steigerung der Gewinnspanne immer mehr Spielraum ein<sup>18</sup>.

Der bis zu diesem Zeitpunkt in Sozialkritik und gewerkschaftlichen Verhandlungen ungeübten Künstler war mit der neuen Position überfordert und schaffte es nicht, sich einflussreich mit der Situation der Arbeiter auseinanderzusetzen<sup>19</sup>. Mit dem Eintritt ins Unternehmen sah er sich zunächst mit der Neudefinition seiner eigenen Position konfrontiert. Der zuvor unabhängig arbeitende Künstler wurde nun in der Funktion des industriellen Formgestalters selber ein Teil der industriellen Produktion. Die Aufgaben, die hier an ihn gestellt wurden, waren weitaus umfangreicher und anderer Natur als die vorherige Gestaltung von Oberflächen und Formen. Er war zunächst vor die Herausforderung gestellt, die von seiner eigenen Berufsgruppe formulierten Erwartungen an die Industrie – bessere Produktqualität und höherer Gebrauchswert – gegenüber den Unternehmern durchzusetzen und in der Produktion zu realisieren.

An dieser Stelle entwickelte sich die im Verlauf der Zeit immer wieder hervorgehobene Vermittlerrolle des Designers, die zum Ausgleich von Konsumentenbedürfnis und Unternehmerinteressen unabdingbar ist. Um hier zu einem zufriedenstellenden Ergebnis zu kommen, musste der Designer nun ebenfalls zwischen den unterschiedlichen, an der Entwicklung und Herstellung eines Produktes beteiligten Disziplinen verständigend wirken. Dazu bedurfte es nicht nur einer Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Erwartungen der jeweiligen Disziplin, sondern auch einer Übersetzung der daraus erdachten Form in die Möglichkeiten und Abläufe der industriellen Produktion<sup>20</sup>.

Wie Selle<sup>21</sup> schreibt, mag der Eindruck entstehen, der Designer habe sich im Sinne der Gewinnsteigerung von der Industrie instrumentalisieren lassen. Jedoch sei er auf diese Weise unentbehrlich für den Erfolg eines Unternehmens geworden. Wenn auch die „Kunstreform auf das Produkt beschränkt blieb“<sup>22</sup>, hätte sich der Designer in eine Position gebracht, die ihm Gehör verschaffen und letztendlich auch die Möglichkeit zur Kritik geben konnte. Die

Diskussion über die angemessene Gestalt des Produkts nach den Vorstellungen des soziale Gerechtigkeit verheißenden Funktionalismus oder des holistischen Ansatzes von Schönheit im Sinne der Jugendstilkünstler, sollte der Disziplin in unterschiedlichen Ausprägungen bis in die Nachkriegszeit des Zweiten Weltkrieges erhalten bleiben. Auf genauere Ausführungen zum Bauhaus oder der Unterdrückung jeglicher weiterer kunstreformistischer Absichten im Dritten Reich soll an dieser Stelle mit Hinblick auf die theoretische Tiefe dieser Zeitabschnitte verzichtet werden.

Die Entwicklung des designerischen Berufsbildes sowie seine Verankerung als Vermittler in den Taxonomien des Klassenverständnisses oder des Hersteller-Nutzerverhältnisses sollen mit den Ausführungen zur Geburtsstunde des Designers am Ende des 19. Jahrhunderts damit ausreichend dargestellt sein.

## Vom Formgestalter zum kritischen Forscher

Die nächste interessante Wendung, die das Verständnis vom Tätigkeitsfeld des Designers erfuhr, hat in den 1960er Jahren stattgefunden.

Mit der Hochschule für Gestaltung Ulm keimte eine neue Welle des Funktionalismus auf, jedoch begleitet mit einer ganz neuen These für die Aufgabe der gestalterischen Disziplin. Ausgehend von einer gänzlich neuen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Situation, in der die Expansion des vielversprechenden Kapitalismus an ihre Grenzen gestoßen zu sein schien und sich die ersten Konsequenzen systemisch bedingten ökologischen Raubbaus bemerkbar machten, sah sich die Disziplin des Designs gezwungen, sich einer grundlegenden Selbstreflexion zu unterziehen.

Es war offensichtlich, dass die Vorstellung von einem besseren Leben durch künstlerische Gestaltung nur sehr begrenzt ihre Erfüllung in der Produktgestaltung gefunden hatte. Die zunehmende Komplexität des zu berücksichtigten Umfeldes für die Entwicklung eines Produktes führte in immer mehr Bereichen zu einer Überforderung des einzelnen Künstlers, konnte eine Lösung hier nun oft nicht mehr durch die Gestaltung der Oberfläche oder eines Artefaktes erreicht werden. Es bedurfte eigentlich eines sehr viel tieferen Austauschs mit anderen Disziplinen, um die Bedürfnisse des Umfeldes zu verstehen und in einen kalkulierbaren Rahmen zu übersetzen, innerhalb dessen eine Lösung entwickelt werden konnte<sup>23</sup>.

In diesem Zusammenhang entstand das Design Method Movement, eine Bewegung, in deren Zuge sich unterschiedliche gestaltende Disziplinen, zumeist ausgehend von der Architektur oder Stadtplanung, in mehreren Konfe-

renzen trafen, um nach Möglichkeiten einer neuen Entwurfspraxis zu suchen. Diese sollte dazu in der Lage sein, der Komplexität moderner Entwurfsprobleme gerecht zu werden. Dabei zog man Herangehensweisen unterschiedlichster Berufsgruppen zurate, suchte jedoch maßgeblich nach einer wissenschaftlichen Methode, welche die Strukturierung der Entwurfsarbeit unterstützen sollte<sup>24</sup>. Die Schwierigkeit lag jedoch darin, dass eine gestalterisch kreative Arbeitsweise niemals im Sinne eines wissenschaftlichen Experiments erfasst werden konnte und sich somit auch keine wissenschaftliche Methode auf sie anwenden ließ. Es wurde eine Untersuchung der gestaltenden Arbeitsweise eines Designers an sich, sowie der zu lösenden Probleme notwendig.

Die entscheidende Erkenntnis, an dessen Ende die Tätigkeit des Designers an sich, als ein Wissen schaffender und die Umwelt erforschender Prozess steht, lieferte der Mathematiker und Physiker Horst Rittel. Rittel war als Professor für Designtheorie an der Hochschule für Gestaltung in Ulm beschäftigt sowie auch als Professor für Stadtplanung und Landschaftsarchitektur an der Universität Berkley. Bei dem Unterfangen, eine Software zu entwickeln, die den Planungs- und Designprozess mittels der Speicherung und Bereitstellung von Informationen unterstützen sollte, stieß er auf grundlegende Unterschiede zwischen der Erzeugung und dem Einsatz von Informationen durch die Verfahren der klassischen Wissenschaft und der Arbeitsweise der Designer.

Erstere erzeugte faktische Informationen anhand exemplarischer, von der Außenwelt abgegrenzter Experimente, die im Anschluss auf klassengleiche Sachverhalte in immer der gleichen Form angewendet werden konnten<sup>25</sup>. Diese Vorgehensweise war jedoch im Rahmen vieler Designprozesse nicht mehr verwendbar, da die sich präsentierenden Probleme nicht mehr in den Kategorien der Wissenschaft erfasst werden konnten. Innerhalb des Entwurfsprozesses war man plötzlich damit konfrontiert, Informationen in Abhängigkeit von weiteren externen Einflüssen betrachten zu müssen, was dazu führte, dass deren Aussage sich ständig situativ veränderte. Nur unter der Berücksichtigung der gegenseitigen Beeinflussung unterschiedlicher Informationen untereinander war es noch möglich, angesichts der immer komplexer werdenden Entwurfsaufgaben im Stadtraum oder bei der Entwicklung beispielsweise elektronischer Produkte, zu einem brauchbaren und längerfristig gültigem Ergebnis zu kommen.

Aus den Überlegungen zum Verständnis von Innovation entwickelte Rittel<sup>26</sup> einen Vergleich der beiden anscheinend konträr verlaufenden und daher nicht miteinander zu verbindenden Bereiche Design und Wissenschaft: Legte man Innovation als eine intentionsvolle Handlung zur kontrollierten Erwirkung

von gezielter Veränderung aus, so wären weit mehr Disziplinen zur Generation von Veränderung fähig, als nur die Wissenschaft. Veränderung definierte er als eine relationale Größe, die sich aus der Diskrepanz zwischen einem erwarteten und tatsächlich eintretendem Ergebnis ergäbe.

Somit wäre alles, was durch den Einsatz bekannter Datenmengen vorhergesagt werden könnte, keine wirkliche Veränderung und daher auch keine Innovation. Sich logisch verändernde Größen wie ökonomisch zu erwartendes Wachstum oder auch die Veränderung eines Sachverhaltes mittels offensichtlicher Kausalitäten von Grund und Ursache wären daher ebenfalls nicht als Innovation zu verstehen.

Aus diesem Blickwinkel erfolgte sodann zunächst die Untersuchung des Designproblems, um heraus zu finden, welche Art von Informationen zu seiner Lösung benötigt wurde. Während in der klassischen Wissenschaft ein Problem genau eingegrenzt und aus seinem Kontext herausgelöst betrachtet würde<sup>27</sup>, um es dann mit dem Wissen über Probleme gleicher Kategorie zu lösen, wäre ein Designproblem niemals nur für sich zu betrachten und auch nicht direkt auszuformulieren. Es ähnelte eher einer offenen Fragestellung, zu deren Lösung es situationsspezifisches Wissen bräuchte. Mit voranschreitendem Lösungsweg ändere das Problem durch die anwachsende Menge an Informationen über die Situation immer wieder seine Form. Rittel prägte hier die Begriffe der „zahmen“ und „böartigen Probleme“ (tame and wicked problems)<sup>28</sup>. Das „zahme Problem“ beschreibt dabei die oben erwähnte erste Art von Problemen, welche auch mittels Extrapolation vorhandener Daten gelöst werden kann. Das böartige Problem bezeichnet das Design- oder Planungsproblem, welches in seinem Charakter über den gesamten Bearbeitungszeitraum veränderbar bleibt. Es sei nicht ohne seinen Kontext zu betrachten und auch nur unter dessen Einbezug lösbar. Das genaue Verständnis des Problems in Abhängigkeit äußerer Einflüsse, wäre bereits sein Lösungsprozess<sup>29</sup>. Der Einbezug des Kontextes bedeutete in diesem Falle, dass der Designer die vielen unterschiedlichen Positionen der am Problem beteiligten Akteure ebenfalls verstehen und zueinander in Beziehung setzen muss<sup>30</sup>.

Ein Prozess, der sich mit der Lösung eines Problems beschäftigte, welches sich, je nach Erkenntnisstand, auf dem Weg seiner Ergründung immer wieder veränderte, musste sich konsequenterweise dem Eigenleben dieses Problems anpassen. Der Designprozess, so Rittel<sup>31</sup>, agiere daher in immer wiederkehrenden, korrektiven Runden, in denen Ergebnisse in Bezug zu neuen Erkenntnissen korrigiert, Annahmen umgeschrieben und weitere Schritte neu ausgerichtet werden müssten, bis eine Lösung erreicht wäre, die sich am besten

dazu eignete, den momentanen Zustand der Situation zu verbessern. Ebenso wie das Designproblem, wäre auch eine Lösung aus einem solchen Prozess nur ein temporärer Zustand, der durch neue äußere Einflüsse ebenso schnell wieder veralten könne.

Der Designprozess wäre somit als ein argumentativer Prozess zu verstehen, der sich in der Auseinandersetzung und Bewertung unterschiedlicher zielbezogener Positionen und deren sinnvoller Verbindung seinen Weg bahnte<sup>32</sup> und auf diese Weise zur Generierung neuer Informationen beiträgt. Diese kontinuierliche Suche unterscheidet ihn vom klassischen Problemlösungsprozess der Wissenschaft, in der die Antwort innerhalb eines definierten Lösungsraums zu finden sein müsste. Das wissenschaftliche System könnte als ein Subsystem des Designprozesses gesehen werden, und diesen mit grundlegenden Daten versorgen, jedoch nicht mehr alleinig zur Problemlösung führen<sup>33</sup>.

In der Verknüpfung unterschiedlichen Wissens und unterschiedlicher Wissensformen liegt für Rittel die forschende Tätigkeit des Designs. Der Designprozess an sich könnte zwar nie als ein wissenschaftlicher Prozess betrachtet werden, jedoch als eine Vorgehensweise, die unter Einbezug wissenschaftlicher Ergebnisse und deren Einbettung in die Realität zu neuen Erkenntnissen und somit zu Innovation führte. Hier findet man in theoretischer Formulierung die Vermittlerposition des Designers wieder, deren Entstehung bereits im letzten Teil nachvollzogen werden konnte.

Die Verbindung unterschiedlicher Informationen erfolgte für Rittel jedoch nicht in der unmittelbaren Gestalt eines Produktes, sondern in einem Entwurfsvorschlag<sup>34</sup>. Das Resultat des Designprozesses bleibt hier zunächst immateriell. Es ist erst einmal die sinnhafte Zusammenführung unterschiedlicher informativer Positionen zur Lösung eines Problems und das Aufzeigen daraus entstehender Handlungs- bzw. Veränderungsmöglichkeiten.

Rittel erklärte hier den Prozess, der der Gestalt eines jeden komplexen Produktes vorweg geht und erweiterte damit den Fokus der Designpraxis auf das Artefakt um die Dimension seines Entstehungsprozesses sowie des nun unverzichtbar werdenden Kontextes. Diese Erweiterung führte zu einer potentiellen Neubewertung der Disziplin als einen sozial wie auch politisch relevanten Vorgang, der, je nach Designproblem, mit der Schaffung von Lebensrealitäten betraut ist.

Rittels Argumentation kann als eine Fortsetzung der Entwicklung des Designberufes gesehen werden, wie er Anfang des 20. Jahrhunderts sowohl als qualitätsbewusste Formgestaltung sowie auch als sozialkritische Instanz seinen Anfang nahm.

Im Sinne der Qualität forderte er die Loslösung von alten Gestaltungsmustern, die nicht mehr dazu in der Lage waren, die Bedürfnisse der modernen Gesellschaft um 1960 sowie den Fortschritt der Technik zu genügen. Dies galt zum Beispiel für die Ebene der klassischen Produktgestaltung oder Architektur. Des Weiteren benannte Rittel offen den Machtaspekt, der dem Design innewohnt, wenn es ohne Berücksichtigung künftiger Auswirkungen auf die Situation Dritter neue Lebensumfelder schafft<sup>35</sup>. Mit seiner theoretischen Untersuchung und Erklärung des Designprozesses gelang es Rittel, dem sozialkritischen Aspekt von Design eine weitaus größere Bedeutung einzuräumen als dies bei den Sozialkritikern und Gestaltern der Kunstreform der Fall gewesen war.

Für die frühen Designer des 20. Jahrhunderts hätte in dieser Sichtweise eine weitaus einflussreichere Möglichkeit gelegen, sich der Verbesserung der Produktionsbedingungen anzunehmen, als der Versuch über Entwurf und Gestalt des Objekts Einfluss nehmen zu wollen. In einem Verständnis von Design als wissenvernetzenden Prozess hätte eventuell die Legitimation bestanden, die Arbeiter als Beteiligte in die Produktentwicklung mit einzubeziehen und auf diese Weise Aufmerksamkeit auf ihre Lebensverhältnisse und dort herrschende Ungerechtigkeit zu lenken.

Des Weiteren kündigte sich in Rittels Reflektion über den Charakter von Innovation die Abkehr von einem Innovationsverständnis an, welches Veränderung lediglich in der linearen Fortentwicklung vorhandener Denkansätze propagierte. Stattdessen stellt Rittel eine laterale Ausrichtung des Denkens zum Erzielen neuer Erkenntnisse in den Raum. Diese Errungenschaft war ein maßgeblicher Meilenstein in der Entwicklung der Wissenschaftstheorie und die Grundlage für die Anerkennung des Designprozesses als einen wissengenerierenden Prozess.

## Die Einbettung des erweiterten Designbegriffs nach Rittel in das Verständnis der Relationalität

In der Untersuchung des Designprozesses hebt Rittel den Unterschied zwischen den herkömmlichen, wissenschaftlich vorgehenden Problemlösungsprozessen und eben diesem hervor. Er beschreibt die Trennung dieser beiden für ihn gleichermaßen wissensgenerierenden Disziplinen darin, dass er in der Wissenschaft eine in sich geschlossene, auf sich selbst rekurrierende Disziplin sieht, die die Dynamik der realen Welt in ihrem Experiment nicht mit einbezieht. Das Design wiederum erzeugt seine Erkenntnisse in der Auseinandersetzung mit der realen Welt und erzielt somit situationsspezifisches Wissen. Rittel

konstatiert, dass ein Inbeziehungsetzen der beiden Disziplinen Wissenschaft und Design jedoch notwendig sei, um moderne Designprobleme zu lösen. Er plädiert somit für eine neue Herangehensweise, welche die grundsätzliche Trennung der verschiedenen Bereiche umgeht, um eine Verbindung unterschiedlichen Wissens und Wissensformen möglich zu machen. Rittel steht mit dieser Forderung am Anfang einer neuen Wissenschaftsrichtung, die die Betrachtung von Erkenntnissen in klassengleichen Entitäten durch eine Betrachtung der Beziehungen zueinander abzulösen versucht.

Das Netzparadigma oder auch die Netzmetapher stellt nun die „relationalen Eigenschaften“ gegenüber den „substanziellen Eigenschaften“, also denjenigen Attributen, anhand derer Kategorien oder Einheiten geformt werden, in den Vordergrund<sup>36</sup>. Erste Forschungsansätze, die die Verbindung unterschiedlicher Individuen durch Kommunikation untersuchten, fanden in den 1970er Jahren in der Sozialanthropologie statt und sickerten anschließend in die Soziologie und andere Wissenschaften durch<sup>37</sup>. Darauf aufbauend entwickelte sich anschließend in den 1980er Jahren die Netzwerkanalyse, aus der sich seit den 1990er Jahren in der Soziologie das Forschungsparadigma der Relationalen Soziologie sowie der Netzwerkforschung entwickelte<sup>38</sup>. Die relationale Soziologie geht davon aus, dass die bis zu diesem Zeitpunkt als Grundlage des Sozialen gehandelten Gruppierungen von Individuen nach Art der Ähnlichkeit erst durch relationale Verknüpfungen entstehen können<sup>39</sup>.

Eine wesentliche Eigenschaft der Netzwerkmetapher besteht darin, dass sie eine Möglichkeit bietet, vorher nicht miteinander zu verbindende Theorien und Forschungsansätze, wie beispielsweise Theorie und Empirie miteinander in Beziehung zu setzen<sup>40</sup>. Der Fokus liegt im Netz ausschließlich auf der Verbindung von etwas und nicht mehr auf der Art der klassifizierenden Einheit<sup>41</sup> und kann auf diese Weise zu einer „gleichwertigen Zusammenschau“<sup>42</sup> unterschiedlicher Disziplinen führen.

Wie Rittel schreibt, kann sich der Designer bei seinem Problemlösungsprozess nicht mit einer einzigen Sichtweise zufrieden geben. In dem Prozess das Problem zu erfassen, sucht er nach unterschiedlichem Wissen und Informationen, die ihm bei der Lösung des Problems behilflich sein könnten. Dabei hält sich der Designer, wie Rittel feststellte, nicht an vorgefertigte Denkräume<sup>43</sup> sondern eröffnet einen Diskussionsraum, in dem er aushandelt, welche Lösung auf Basis entsprechenden Wissens die beste sein könnte. Rittel beschreibt Design an dieser Stelle als einen „argumentativen Prozess“<sup>44</sup>, der im Gewirr aus sich stetig verändernder Problemstruktur und Informationsammlung nach dem bestmöglichen Nutzen für den momentanen Arbeitsstatus

und das übergeordnete Ziel abwägen und entscheiden muss, welches der nächste Schritt sein muss. Er beschreibt das Problem selbst als eine Ansammlung vieler kleiner Unstimmigkeiten – sogenannter „issues“<sup>45</sup> – die zur Lösung der Gesamtsituation in sich gelöst und in Ausgleich gebracht werden müssen. Dabei könne es dazu kommen, dass der Designer dazu gezwungen sei, zwischen den einzelnen Problemherden hin- und her zu springen, selbst wenn diese in der Zwischenzeit schon einmal abgeschlossen gewesen seien, um die Ausrichtung des Lösungsprozesses genauer zu justieren.

Spätere Quellen<sup>46</sup> bezeichnen diese iterative Vorgehensweise des Designers als abduktiv. Sie steht im Gegensatz zu den beiden erkenntnistheoretischen Denkansätzen der Deduktion und Induktion. Sie unterscheidet sich von ihnen dadurch, dass sie sich zur Lösung des Problems nicht mehr auf das gleiche Logikgerüst stützt mit dem dieses erzeugt worden ist, sondern dessen Beobachtung als Grundlage für eine neue Logikvorlage nimmt, anhand derer sich dann die Lösung entwickeln lässt. Eine Problemlösung ergibt sich hier also nur aus dem Verständnis des Problems als einem Konglomerat vieler unterschiedlicher Faktoren, die in Relation zueinander stehen. Der Designer setzt die unterschiedlichen Aspekte eines Problems unter Anwendung des jeweils benötigten Wissens in Beziehung zueinander, um zu einer Lösung zu kommen.

Der Designprozess ist somit ein vernetzender Prozess, welcher neue Beziehungen zwischen unterschiedlichen Disziplinen herstellt und in dessen Verlauf neues Wissen erzeugt wird.

Eine Anerkennung der designerischen Tätigkeit als einen Wissen produzierenden Vorgang wird in dem Moment möglich, in dem der Relevanz von Beziehungen zwischen unterschiedlichen Akteuren zur Erzeugung von Identität und Form in der Wissenschaft größere Aufmerksamkeit zuteil wird. Wie sich hier beobachten lässt, haben somit die moderne Form von Design als prozesshafte Gestaltung wie auch die Netzwerkform an sich den gleichen Ursprung. Sie ergeben sich aus einem theoretischen Paradigmenwechsel, der sich langsam seinen Weg durch die Wissenschaften und in unser Realitätsverständnis bahnt.

## Die Relationalität als Grundlage für die Netzwerkökonomie

Der Umschwung von einer substantiellen zu einer relationalen Sichtweise in den unterschiedlichen Wissenschaften sollte langfristig gesehen grundsätzliche Folgen für die Strukturierung unserer Lebenswelt haben. Besonderen Ausdruck fand das Netzparadigma in der Entwicklung der digitalen Technik, deren

Grundstruktur aus miteinander in Beziehung und Austausch stehenden Informationsflüssen besteht. Im Zeichen dieser neuen Technologie stand zunächst der Ausbau des Kommunikationsnetzes und die stete Verbesserung des Datentransfers. Die Zunahme an Geschwindigkeit des Informationsaustausches wie auch die wachsenden Möglichkeiten der zu versendenden Informationen führten zu neuen Vorstellungen darüber, wie Arbeit und Produktion künftig funktionieren könnten. Mithilfe mobiler Kommunikationsgeräte wie Handy oder Laptop, gewannen die einzelnen Kommunikationsteilnehmer nicht nur an Schnelligkeit, sondern sie waren auch nicht mehr an einen festen Standort gebunden. Voraussetzung für ein produktives Arbeiten sollte bald lediglich der Zugang zum weltweiten Informationsnetz – dem Internet – sein.

Das zur Lösung einer Aufgabe benötigte Wissen würde somit durch die verschiedenen an der Bearbeitung beteiligten Akteure über das Netz ausgetauscht und zusammengefügt. Die digitale Technik führte auf diese Weise zur Reorganisation der Arbeitswelt entlang der Bildung von netzförmigen Kommunikationssträngen. In Konsequenz dieser technologisch bedingten Neu-Ausrichtung der Wirtschaft ist auch die sich derzeit vollziehende Umwandlung der industriellen Produktion in digital gesteuerte Fertigungsprozesse zu verstehen. Der wirtschaftliche Diskurs spricht von einer vierten industriellen Revolution, in deren Zuge die unterschiedlichen an der betrieblichen Wertschöpfung beteiligten Bereiche durch das digitale Netz miteinander verknüpft und in Beziehung gesetzt werden<sup>47</sup>.

Die heutige Wirtschaftsform, welche die Funktionsweisen des Netzes als seine Grundstruktur verinnerlicht hat, trägt den Namen „Netzwerkökonomie“. Doch die Entwicklung dieser neuen Ökonomieform sei, laut Chiapello und Boltanski<sup>48</sup>, zwar durch die Ausweitung der digitalen Technik stark bedingt worden, ließe sich darin jedoch nicht alleinig begründen. Besonders mit Hinblick auf die Reorganisation der Arbeitswelt stellen die beiden Autoren eine andere Verbindung zur Ausweitung der relationalen Sichtweise her.

Mit der Möglichkeit neuartige Verbindungen herzustellen, sei auch die Möglichkeit verbunden, alte Strukturen und Identitäten aufzulösen. In dieser Eigenschaft wohne dem Netzparadigma, laut Chiapello und Boltanski<sup>49</sup>, auch ein kritisches Potential inne. Sie betrachten in ihrer Studie „Der neue Geist des Kapitalismus“, dem das vierte Kapitel dieser Arbeit gewidmet wird, das Netzwerk als eine neue soziale Organisationsform, welche sich seit den 1980er Jahren in der Gesellschaft ausbreite. Es sei dazu genutzt worden, sich von den substantialistischen Strukturen des Industriekapitalismus der 1960er Jahre zu lösen, der die damalige arbeitende Bevölkerung den Prämissen eines

stark hierarchischen, innerbetrieblichen Weisungssystems und vordefinierten Arbeitsbereichen unterordnete.

Die Netzwerkmetapher habe hier die passende theoretische Vorlage für die Auflösung der alten Strukturen geboten, die sich in den Forderungen nach einer flexibleren und individuell gestaltbaren Arbeitswelt Bahn brachen. In dieser Konsequenz bildete sich eine neue betriebliche Arbeitsorganisation heraus, die sich aus selbstständig arbeitenden, multidisziplinären Einheiten zusammenfügt, die mithilfe der digitalen Kommunikation in Austausch miteinander stehen und im Unternehmensnetzwerk zusammengehalten werden. Die Netzwerkökonomie zeigt sich somit nicht ausschließlich in der Ausweitung des digitalen Datennetzes als technische Grundlage, sondern auch in einem neuen organisatorischen wie soziologischen Identitätsverständnis. Ordnungsgebende Strukturen ergeben darin anhand der vernetzenden Verbindungen individuelle Einheiten.

Mit der Herausbildung der vernetzten Arbeitsorganisation schien sich hier zunächst eine ideale Lösung zu entwickeln. Jedoch versteckten sich hinter der Übertragung der Netzwerklogik auf die kapitalistische wie auch soziale Organisationsform einige Herausforderungen, die gerade in der veränderten Beschreibungsgrundlage des Sozialen von klar identifizierten Einheiten zu anonym vernetzten Konglomeraten zu begründen ist.

## Die Relationalität als Grundlage für die neuen Designpraktiken

Als Grenzdisziplin zwischen den Größen Technik, Wirtschaft und Gesellschaft ist es nicht verwunderlich, dass die Veränderung dieser Bereiche sich auch auf das Aktionsfeld des Designs auswirken.

Erste Veränderungen fanden zunächst erneut aus der Perspektive wirtschaftlichen Wettbewerbs statt, sollte aber auch zu einer neuen Wahrnehmung des Designs als Gestaltungsdisziplin sozialer Interaktion führen. Um jedoch Design in seiner Prozesshaftigkeit greifen und als Leistung anerkennen zu können, war ein weiterer Denkschritt im Verständnis von Design notwendig. So wie Rittel es in seiner theoretischen Überlegung vorgezeichnet hatte, musste sich das Design auch im wirtschaftlichen Verständnis als Leistung vom Objekt lösen, um sich als mehrwerterzeugende, prozesshafte Leistung beweisen zu können. Grundlegend dafür war die Erweiterung des Designverständnisses als Kommunikationsprozess, der durch das gestalterische Mittel am Objekt zeichenhafte Signale erzeugt, die als kommunikative Botschaft verstanden werden können.

Im wirtschaftlichen Kontext trat dieses Umdenken in dem Moment ein, als es für die Hersteller notwendig wurde, eine erkennbare Unternehmensidentität auf dem Markt auszubilden, um sich von der Masse eines zunehmend globalisierten Marktes abzuheben. Neben der formalästhetischen Gestaltung des Objektes wurde der Produktgestaltung damit eine weitere ästhetische Ebene hinzugefügt, die über die Identität des herstellenden Unternehmens oder die Verkaufsgeschichte einer Marke kommunizieren sollte<sup>50</sup>. In dem Vorhaben, Wirkung und Reichweite dieser Ebene zu verstärken, ergänzten sich Produktdesign und Kommunikationsdesign in Corporate Identity und Corporate Strategy<sup>51</sup>. In Ausrichtung an einem allumfassenden unternehmerischen Identitätsverständnis, welches nach außen hin für den Kunden als Wiedererkennung- und Unterscheidungsmerkmal sichtbar werden sollte, erfolgte die Zusammenfassung aller sichtbaren Gestaltungselemente wie Werbung, Auftreten, Produktgestaltung, Interfacedesign digitaler Firmenzugänge wie Internetseite oder geräteintegrierter Displays sowie die architektonische Ausgestaltung der Firmenräumlichkeiten und Ladengeschäfte in dem Verständnis der Unternehmenskommunikation<sup>52</sup>.

Das Objekt und seine äußere Erscheinung wurden Teil einer allgemeinen Unternehmens- oder Markenbotschaft, die dem Kunden über jedes Element äußeren Auftretens vermittelt werden sollte<sup>53</sup>. Alle an dieser Kommunikation beteiligten Aspekte wurden, wenn sie es nicht von sich aus schon waren, zum Medium erklärt, um dem Kunden eine Botschaft zu senden. Es erfolgte somit die Verflüssigung der objekthaften Gestaltung in die zeichenhafte Kommunikation, die aus wirtschaftlicher Sicht das Ziel hatte, eine möglichst bleibende Beziehung zum Kunden herzustellen.

Dieser semiotischen Sichtweise im Design, die sich im Designmanagement als notwendige Konsequenz einer käuferorientierten Vermarktungsstrategie ergeben haben mag, ist in der Designtheorie ein eigenes Feld gewidmet, die diese Art der Betrachtungsweise jedoch in einen sehr viel weiteren Kontext einordnet, als die wirtschaftliche Absatzpraxis. Sie versteht unter Design die Entwicklung von Kultur anhand symbolhafter Kommunikation und beschreibt sein Tätigkeitsfeld auf Basis unterschiedlicher Zeichentheorien und dem Einfluss der geisteswissenschaftlichen Perspektiven der Anthropologie und der Soziologie<sup>54</sup>. Design führt hier zur Bildung unterschiedlicher Identitäten durch den Austausch und die Ansammlung bestimmter Zeichen. Die auf diese Weise entstehenden Gesamtheiten können als ein narratives System verstanden werden, innerhalb dessen unterschiedliche Akteure, ob menschlicher oder objekthafter Natur, eingebunden und mit einer zeichenhaften Funktion belegt sind. Design

wird in diesem Fall zum kommunikativen Vehikel im Aufbau von Beziehungen zwischen Mensch und Objekt oder Mensch und Mensch.

Im heutigen Kontext einer zu weiten Teilen digitalisierten Gesellschaft, in der die Märkte und ihre Produktvielfalt über das Internet in noch größerer Nähe zueinander stehen, ist eine Abgrenzung der herstellereigenen Erzeugnisse unter vielen ähnlichen und gleichen andere Anbieter nur noch über das Konzept eines mit dem Produkt assoziierten Images oder Erlebniswelt möglich. Die bedeutungsvolle Aufladung des Produktes, die dem Kunden durch den Kauf desselben eine erwünschte Selbsterfahrung oder soziale Zugehörigkeit verspricht, wird heute als letzte Möglichkeit gesehen, sich auf dem Markt abzuheben.

Die Entwicklung innovativer neuer Produktlösungen, eingebettet in eine dem Käuferbedürfnis entsprechende Verkaufsstory, wird im Angesicht der hohen Komplexität des Marktes sowie produkteigener Standards eine immer größere Herausforderung. Gebraucht wird hier eine Denkweise, die es erlaubt die vorliegende Komplexität zu ordnen und in neue Entitäten zu strukturieren, die als zeichenhafte Produkte, ob in Form von Objekt oder Dienstleistung, verkauft werden zu können.

Die neuen Designpraktiken wie das Service Design, das Design Thinking und auch das Social Design, erklären sich aus den hier beschriebenen ökonomischen Veränderungen und einem dadurch bedingten neuen Verständnis von Produkt und Design als zeichenhafte Kommunikation einer Unternehmensidentität und der Erzeugung neuer kultureller Strukturen. Im Zentrum der Gestaltung steht hier nicht mehr das Objekt, sondern die Beziehung und Interaktion zwischen unterschiedlichen Akteuren in der Erzeugung neuer Erfahrungen und Identitäten.

- 1 Vgl. Gerd Selle: Die Geschichte des Designs in Deutschland von 1870 bis heute, Entwicklung der industriellen Produktkultur, Köln: DuMont 1978, S. 21
- 2 Vgl. ebd., S. 28f
- 3 Vgl. ebd., S. 59
- 4 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin 1819-1900. Leben und Werk, Frankfurt a.M.: Fischer 1987, S. 213
- 5 Ebd., S. 206, Z. 34
- 6 Vgl. Wikipedia: Stichwort „John Ruskin“, Version vom 06.02.1017
- 7 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin, S. 211
- 8 Vgl. Wikipedia: Stichwort „Arts and Crafts Movement“, Version vom 22.11.2016
- 9 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin, S. 210
- 10 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin, S. 207
- 11 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin, S. 210
- 12 Vgl. ebd., S.210 ff
- 13 Vgl. Wolfgang Kemp: John Ruskin, S. 214
- 14 Vgl. Gerd Selle: Die Geschichte des Designs, S. 29
- 15 Vgl. Designlexikon.net: Stichwort „Deutscher Werkbund“, zuletzt besucht 23.02.17
- 16 Gerd Selle: Die Geschichte des Designs, S. 62, Z. 2
- 17 Ebd., Z. 35
- 18 Vgl. ebd., S. 65
- 19 Vgl. ebd., S. 75
- 20 Vgl. ebd., S. 64
- 21 Ebd., S. 71
- 22 Ebd., Z. 28
- 23 Vgl. Horst Rittel: Reflections on the Scientific and Political Significance of Decision Theory, 1963 in: Jean-Paul Protzen et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning, Oxon: Routledge 2010, S. 23-39, S. 35
- 24 Vgl. Jesko Fezer: A Non-Sentimental Argument. Die Krisen des Design Method Movement 1962-1972), in: Gethmann et al. (Hrsg.): Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte, Medien in Architektur und Design Science, Bielefeld: transkript, 2009, S. 287-304
- 25 Vgl. Horst Rittel: Seminar 1: Modes of Innovation, 1964, in: Protzen, J.-P. et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning, Oxon: Routledge 2010, S. 47-52, S. 49
- 26 Vgl. ebd., 48 f.
- 27 Vgl. ebd., S. 44
- 28 Horst Rittel: On the Planing Crisis, 1972, in: Protzen, J.-P. et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Oxon: Routledge 2010, S. 151-165; S. 155, Z. 5ff
- 29 Ebd., 155f
- 30 Vgl. Horst Rittel: Seminar 7: Design, 1964, in: Protzen, J.-P. et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Oxon: Routledge 2010, S. 95-105, S. 99
- 31 Horst Rittel: The Reasoning of Designers, 1987, in: Protzen, J.-P. et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Oxon: Routledge 2010, S. 187-195, S. 188
- 32 Ebd., 188f
- 33 Horst Rittel: Seminar 1: Modes of Innovation, 1964, S. 50
- 34 Vgl. Horst Rittel: Seminar 7: Design, 1964, in: Protzen, J.-P. et al. (Hrsg.): The Universe of Design, Oxon: Routledge 2010, S. 95-105, S. 99
- 35 Horst Rittel: The Reasoning of Designers, 1987, S. 193
- 36 Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003, S. 194
- 37 Ebd., S. 194f
- 38 Vgl. Roger Häußling, et. al: Einleitung in das Handbuch Netzwerkforschung, in: Roger Häußling, et al. (Hg.) Handbuch Netzwerkforschung, Netzwerkforschung Bd. 4, Wiesbaden: Springer 2010, S. 13-16; S. 13
- 39 Vgl. Jessica Haas: Beziehungen und Kanten, 2010, in: Roger Häußling/Christian Stegbauer (Hrsg.) Handbuch Netzwerkforschung, Netzwerkforschung Bd. 4, Wiesbaden: Springer 2010, S. 88-98, S. 89f
- 40 Roger Häußling, et al: Einleitung in das Handbuch Netzwerkforschung, S. 14
- 41 Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003, S. 198
- 42 Vgl. Roger Häußling: Relationale Soziologie, 2010, S. 202, Z. 28f
- 43 Horst Rittel: The Reasoning of Designers, 1987, S. 188
- 44 Ebd., S. 189, Z. 13
- 45 Horst Rittel: On the Planing Crisis, 1972, S. 188, Z. 22
- 46 Vgl. Kees Dorst: " The Nature of Design Thinking", in: Conference Proceedings of DTRS8 Interpreting Design Thinking: Design Thinking Resreach Symposium Proceedings, 2010, S. 131-139, 132f
- 47 Vgl. Reinhard Geissbauer, Volkmar Koch et al.: Industrie 4.0, Chancen und Herausforderungen der vierten industriellen Revolution, Online verfügbar; zuletzt geprüft am 30.03.2017, S. 3f
- 48 Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003
- 49 Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003, S. 197
- 50 Vgl. Bernhard Bürdek: Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Basel: Birkhäuser 2005, S. 360
- 51 Ebd., S. 345
- 52 Vgl. ebd., S. 347
- 53 Vgl.ebd., S. 361
- 54 Vgl. Yana Milev: Der erweiterte Designbegriff in einer kulturwissenschaftlichen Verortung in: Yana Milev (Hrsg.): Design Kulturen, der erweiterte Designbegriff im Entwurfsfeld der Kulturwissenschaften, München: Wilhelm Fink Verlag, 2013, S. 19

## Die Veränderung der Designpraktiken

### Die Veränderung des Designobjektes — vom Objekt zur Erfahrung

Wie bereits im vorausgegangenen Teil über die relationale Denkweise als Rahmen für eine Veränderung von Wirtschaft und Design dargestellt wurde, hat sich das Verständnis dessen, was das Tätigkeitsfeld des Designs und sein Gestaltungsgegenstand ist, verändert.

In einer Wirtschaftswelt, in der Verkauf über die Vermittlung von Geschichten und Images funktioniert, erweitert sich die Grenze des Designobjektes bis hin zur Erfahrung, die dem Käufer durch dessen Nutzung entstehen soll. Diese Nutzererfahrung ist im hart umkämpften Markt mittlerweile die entscheidende Möglichkeit, die den Herstellern im Angesicht von Globalisierung und Marktsättigung geblieben ist, um sich und ihre Leistung voneinander zu unterscheiden.

Das objekthafte Produkt wird auf diese Weise in ein Serviceverständnis eingeordnet, das sich von einer fehlerfreien Bedienbarkeit bis hin zur Kundenbetreuung ausdehnt. Im digitalen Zeitalter und einer Unmenge an Produkten mit digitaler Anschlussmöglichkeit, bedeutet dies nicht nur die herkömmliche Begleitung des Kunden bei Kauf, Nutzung und eventueller Entsorgung, sondern auch die Integration des Objektes in ein digitales Netzwerk, dessen einwandfreie Funktion mit über die Qualität des Produktes entscheidet.

Das heutige Design als strategisches Mittel der Wirtschaft kann seinen Gestaltungsgegenstand somit nicht länger als ein haptisches, in sich geschlossenes Objekt verstehen, sondern als eine Serviceleistung an den Kunden, dessen Teil das greifbare gestaltete Produkt sein kann. Im Vordergrund steht die Beziehung zum Kunden, die sich durch die Interaktion mit Personal und Verkaufsobjekt im Kauf- und Nutzererlebnis erzeugt. Bei der Entwicklung eines neuen Produktes geht es somit nicht mehr ausschließlich um die Anpassung einer technischen Neuerung, sondern um das Erzeugen eines Erlebnisses, das sich aus unterschiedlichen Sequenzen von Mensch-Objekt und Mensch-Mensch Interaktionen zusammensetzt.

Die Designleistung, die es versteht diese Serviceprodukte zu entwickeln, ist das Servicedesign. Um einen innovativen Service zu entwickeln, braucht es die Fähigkeit, unterschiedliche Bereiche sowohl auf Bedeutungsebene als auch in ihrer Funktionalität miteinander zu verbinden. Das passende Werkzeug dazu liefert das Design Thinking, ein Innovationstool, welches die designerische Denkweise in eine für jedermann anwendbare Methode umgewandelt hat.

Während die ersten beiden vorgestellten Praktiken direkt im Zusammenhang von Design und Wirtschaft zu verstehen sind, nimmt das Social Design eine Zwitterposition zwischen dem wirtschaftlichen und dem kulturell-sozialen Verständnis von Design ein. Es ist in sich vielleicht eher als eine Haltung zu betrachten, denn als eine Leistung, wird jedoch vermehrt als eine solche wahrgenommen.

Im Folgenden sollen die drei Praktiken genauer vorgestellt werden.

## Die neuen Designpraktiken

### Service Design – das neue Produktdesign

Der Begriff „Service Design“ wäre grundsätzlich mit dem Wort „Dienstleistungsdesign“ zu übersetzen. Jedoch erscheint diese Übersetzung etwas zu oberflächlich angesichts dessen, was heute in der Wirtschaft als Service verstanden und diskutiert wird. Grundsätzlich wird als Service in der Wirtschaft ein Wertaustausch bezeichnet, in dem keine physischen Güter involviert sind. Der Nutzen des Services wird dabei im Verlauf der Inanspruchnahme vermittelt, was bedeutet, dass das Produkt des Services prozesshaft ist.

Wie im physischen Gütermarkt, so herrscht auch auf dem Dienstleistungsmarkt Wettbewerb. Auch Serviceanbieter müssen daher versuchen, sich von ihren Konkurrenten durch bessere Servicequalität abzuheben. Es gilt also nun herauszufinden, an welcher Stelle man den eigenen Service verbessern kann. Aus diesem Anlass ist es ratsam den Service als etwas anderes zu betrachten als ein zu verkaufendes Produkt, nämlich als eine Aneinanderreihung von Interaktionen „bei dem etwas von Wert von jemandem für jemanden anderes getan wird“. Der Nutzen eines Service ist sehr viel abstrakter gefasst, als es der einer produktfokussierten Leistung bisher war. Es steht hier das (Service)Erlebnis im Vordergrund, dem eine abstrakte Vision von der Leistung, die man vermitteln möchte, vorweg geht. Zum Beispiel definiert sich die Leistung eines Optiker Geschäftes dann nicht mehr in dem Verkauf von Brillen „für eine klare Sicht“, sondern direkt aus dem „Verkauf von klarer



Sicht“. In diesem Verständnis kommen nun noch ganz andere Komponenten zum Vorschein, die zum Verkauf von klarer Sicht benötigt werden. Zum einen könnte im Optikerladen jemand sitzen, der über eine augenfreundliche Arbeitsweise aufklärt, um es gar nicht bis zum Sehdefizit kommen zu lassen. Im nächsten Denkschritt werden hier auch noch Brillen verkauft, die jedoch mit allem Notwendigen ausgestattet werden sollten, um ihre Funktion im Rahmen des Service „klare Sicht“ zu erhalten. Dies würde somit auch das Angebot entsprechender Schutzhüllen und Reinigungssets bedeuten sowie eventuell eine regelmäßige Wartung.

Mit Fokussierung auf die Interaktion, also den Nutzaustausch zwischen Hersteller und Kunde tritt das Objekt als alleiniger Nutzenträger in den Hintergrund und wird nun vielmehr zum Teil eines Gesamtnutzens, der sich aus Objekt und Service zusammensetzt.

Wie allgemein bekannt ist, bedarf eine klassische Dienstleistung keines greifbaren Produktes um ihre Leistung zu verkaufen was bedeutet, dass die Serviceleistung an sich bereits das Produkt ist, welches sich dann im Austausch der entsprechenden Informationen realisiert. Die Verbesserung des Services besteht hier somit ausschließlich in der Verbesserung des Erlebnisses, welches sich aus unterschiedlichen informativen und interaktiven Komponenten zusammensetzt. Diese beinhalten zum Beispiel die Zugänglichkeit des Service über Telefon oder Internet und die Art der Informationsübermittlung in Freundlichkeit und Verständlichkeit des Personals sowie die Einfachheit der dafür genutzten Kommunikationskanäle.

Die Entwicklung der Serviceindustrie und des Service Designs steht somit neben der Ausweitung des Dienstleistungssektors in den Industrieländern vor allem im Zeichen der digitalen Technologie, die aufgrund des ebenfalls informativen Charakters als passendes Austauschmedium zur Verfügung steht. Aus ebendiesem Grunde könnte es sein, dass die Figur des Service zur neuen Bemessungsgrundlage des Mehrwertes einer digitalisierten Industrie wird<sup>2</sup>. Im Zuge einer „vierten industriellen Revolution“, die im wirtschaftlichen Diskurs die Bezeichnung „Industrie 4.0“ trägt, soll auch die gesamte Güterproduktion innerhalb der kommenden Jahre auf datenbasierte Prozesse umgestellt werden. Im Sinne eines „Internet of Things“ soll es möglich werden, unterschiedliche Arten von nun digital gesteuerten Maschinen untereinander zu vernetzen um auf diese Weise zu einer noch effizienteren sowie exakteren Produktion zu kommen. Mit diesen neuen Produktionsmitteln werden Produkte noch kundenindividueller und die Herstellung noch bedarfsgenauer zu steuern als bisher<sup>3</sup>.

Jegliche Art von Leistung, die in dieser Welt verkauft werden soll, wird zwangsläufig die gleiche Kommunikationsform wie das System annehmen müssen, was ihre Entwicklung oder Umformung in digital transportierbare Datenformate bedeutet. Da eine derartige Produktionsform kaum noch physische menschliche Leistung benötigt, sondern hauptsächlich in der Überwachung und Steuerung der Prozesse benötigt, werden die Beschäftigungsverhältnisse nun auch innerhalb der verbleibenden Produktion hauptsächlich Dienstleistungs- und damit Servicecharakter annehmen<sup>4</sup>. Aus dieser Perspektive könnte man beim Service Design auch von Industrial -bzw. Produktdesign des 21. Jahrhunderts sprechen.

In der Tat fällt bei der Lektüre praxisbezogener Service Design Literatur auf, dass die Vorgehensweise zur Entwicklung eines Service fast identisch ist mit der Vorgehensweise zur Entwicklung eines objekthaften Produktes. Auch hier verläuft der Entwicklungsprozess iterativ, beginnend mit einer genauen Problemanalyse, gefolgt von Entwurfsphase und Testphase mit Prototyp sowie der Implementierung<sup>5</sup>. Auch die Methoden, die während dieser Phasen verwendet werden, sind denen der klassischen Produktentwicklung sehr ähnlich. Eine von ihnen ist zum Beispiel das Design Thinking, worauf ich im nächsten Abschnitt genauer zu sprechen kommen möchte.

Der Unterschied, der aus obigem Prozess ein Produkt oder Service Design Prozess macht, liegt demnach lediglich in der Gestalt des Endproduktes. Der wesentliche Unterschied zu vorherigen Entwicklungsprozessen liegt, wie bereits weiter oben schon ausgeführt, in der Konzentration auf die Gestaltung der Interaktion<sup>6</sup> und die dabei erzeugte Erfahrung. Damit basiert die Entwicklung plötzlich nicht mehr auf objekthaften Einzelteilen sondern auf den Beziehungen, die sowohl aus Mensch-Mensch-Beziehungen wie auch aus Mensch-Objekt oder Mensch-X-Beziehungen bestehen können. Es entwirft eine Vernetzung unterschiedlicher Komponenten innerhalb eines großen Netzwerks, die sich in dem Anliegen eines bestimmten Vorhabens – der Service Leistung – ergibt.

#### Design Thinking — Innovationsmethode mit multipler Anwendbarkeit

Design Thinking ist das Signalwort des modernen Designs. Es begegnet einem in unterschiedlichen mit Design assoziierten Branchen von Marketing bis zur Produktentwicklung und verheißt aufgrund des Wortanteils Design auf eine Verwandtschaft mit der praktischen Gestaltung. Die ist jedoch nur bedingt richtig. Das Design Thinking ist eine Innovationsmethode, deren Vorgehensweise dem Design entlehnt ist. Diese kann nach wie vor die praktische Gestaltung

beinhalten, kann aber ansonsten in allen möglichen Bereichen eingesetzt werden um zu neuen Ideen zu kommen und diese vom ersten Gedanken bis zu ihrer Implementierung zu begleiten.

Besonders in der Unternehmenslandschaft findet der Ansatz schnelle Verbreitung. Seinen Ursprung hat das Design Thinking bei der amerikanischen Design Agentur IDEO, die in den 90er Jahren auf der Suche nach einem neuen Weg zur Generation von innovativen Produktlösungen war.

Anlass zur Entwicklung der Methode gab die Wirtschaftsflaute der Dotcom-Blase<sup>7</sup> im Jahr 2000, die in dem Moment platzte als deutlich wurde, dass sich die Gewinne aus den Spekulationsgeschäften um die neuen Technologien wie Internet, mobile Telefone und tragbare Computer, die in den 90er Jahren begonnen hatten, nicht in erwarteter Höhe realisieren würden<sup>8</sup>. Es wurde nach einem Ausweg aus diesem Tief gesucht, der verlangte, Innovation grundsätzlich anders zu denken als vorher. Vorher nur an dem Gedanken der technischen Erneuerung ausgerichtet, fokussiert das neue Verständnis von Innovation sich jetzt auf die Erfüllung abstrakter Bedürfnisse<sup>9</sup>, wie an dem Optikerbeispiel im Abschnitt zum Servicedesign zu erkennen ist. Eine neue Brille ist hier nicht mehr gefragt, sondern das Angebot von klarer Sicht. Von diesem neuen Ausgangspunkt konnte der Entwicklungsgegenstand nun alles beinhalten, ganz gleich ob Produkt oder Organisation, um zu einer adäquaten Lösung zu kommen. Im Fokus sollte vor allem die „Verbesserung der Lebensqualität auf allen Ebenen“<sup>10</sup> stehen. Wie auch beim Service Design vorher sollte es hier nun nicht mehr vorrangig um die Gestaltung eines neuen greifbaren Produktes gehen, sondern um das Hervorrufen eines bestimmten Lebensgefühls oder eines Erlebnisses, das durch Verhaltensänderungen und das Vernetzen unterschiedlicher Komponenten untereinander erreicht werden sollte. Als Leistung der Designagentur war daher auch nicht mehr ausschließlich das Endprodukt zu betrachten, sondern bereits der Begleitungsprozess sowie auch die Schulung von Vertretern unterschiedlicher anderer Professionen in ebendiesem. IDEO sprach auch vom „Design mit kleinem d“<sup>11</sup>, um die Prozesshaftigkeit der gestalterischen Arbeit hervorzuheben.

Wie an dieser Beschreibung deutlich wird, scheint das Prinzip des Design Thinkings fast identisch mit dem Ansatz des Service Designs. In der Tat wurde der Design Thinking Prozess von IDEO für Produkt- und Service Design entwickelt.

Die Grundlage des Design Thinking Prozesses ist die weiter oben im zweiten Kapitel bereits beschriebene abduktive Arbeitsweise von Designern, die über das Verfolgen eines iterativen Prozesses ein vorliegendes Anliegen

versteht und zu einer temporär gültigen Zielvorgabe bringt. Die abduktive Denkweise versucht, das Problem zu seiner Lösung nicht auf bereits bestehende Strukturen zurückzuführen, sondern entwickelt neue Lösungsansätze, die in sich eine neuartige Antwort auf die jeweilige Problemlogik geben.

Die abduktive Herangehensweise basiert auf der Annahme, dass es Sachverhalte gibt, die in keines der uns bekannten Denkmuster hinein passen und dementsprechend eine neue Bewertungsgrundlage erfordern. Die Annahme einer neuen eigenen Logik, die sich anscheinend musterhaft aus dieser genauen Problemanalyse ergibt, wird als „frame“ bezeichnet<sup>12</sup>. In dem Vorgang des „reframings“, also des stetig erneuten Anpassens der durch das Problem implizierten Logik bis die anscheinend passende Vorlage für die Problemlösung gefunden ist, liege, so Bernhardt Roth in der aktuellen Veröffentlichung der d.school Potsdam „eine der größten Stärken des design thinkings“<sup>13</sup>. Iteration und Reframing bedingen sich somit gegenseitig, da erst durch die Iterativität eines Prozesses ein Reframing überhaupt möglich wird.

Der Design Thinking Prozess gliedert sich in mehrere unterschiedliche Arbeitsabschnitte, die je nach Quelle unterschiedlich zusammengefasst werden. Im Sinne der Iterativität können sie in unterschiedlicher Reihenfolge zueinander, je nach Problem, bearbeitet werden. Für jeden dieser Arbeitsabschnitte werden musterhafte Herangehensweisen, sogenannte Tools entwickelt, die die Bearbeitung erleichtern sollen. Die klassische Design Thinking Methode unterteilt ihren Prozess in die sechs Abschnitte Verstehen, Beobachten, Synthese, Ideen entwickeln, Prototypen erstellen und Anwendung testen.

In der Bearbeitung eines Problems unterscheidet sich das Design Thinking weiterhin von vorherigen Innovationsmethoden in der Art der verwendeten Quellen und Daten. Während vorherige Innovationsentwicklungen ihre Daten von der Marktforschung bezogen, bezieht das Design Thinking seine Informationen direkt vom Kunden. Es bezieht ihn sogar aktiv in die Gestaltung mit ein, was mit dem Begriff der „Co-creation“ bezeichnet wird. Während die Marktforschung die Verhaltensweisen der unterschiedlichen Probanden untersucht und daraus Vorschläge für neue Produktideen ableitet, nimmt der Design Thinker die übergeordnete Ebene ein und betrachtet die vorliegenden Lebensweisen zunächst aus abstrakteren Blickwinkeln wie dem der kulturellen Prägung, unterschiedlichen Erfahrungen oder Emotionen um herauszufinden, auf welche Art und Weise für die Menschen Bedeutung und damit erneuter Wert erzeugt werden kann<sup>14</sup>.

Der Design Thinker ist offen für ganz neue, unkonventionelle Umgangsweisen mit und Sichtweisen auf ein Thema, aus denen sich potentiell

Wertvolles für die breite Masse entwickeln lassen könnte. Gerade in dieser Bereitschaft und Unvoreingenommenheit liegt die Grundlage dafür, unterschiedliche Positionen und Wissensformen miteinander zu verbinden.

Im Verfolgen des Design Thinking Prozesses sollen die Teilnehmer, ganz gleich welcher Profession, lernen „wie Designer“ zu denken. Es soll an dieser Stelle jedoch erwähnt werden, dass die hier beschriebene Vorgehensweise des abduktiven Denkens nicht alleinig der Designprofession zuzuordnen ist. Sie ist eine grundlegende Fähigkeit eines jeden Menschen, der auf unvoreingenommene Weise ein Problem zu lösen hat<sup>15</sup>. Wie es sich herausstellte ist es nur anscheinend so, dass der Beruf des Designs diese Vorgehensweise so weit professionalisiert hat, dass er sie als eigene Methode den anderen Erkenntnis generierenden Denkweisen gegenüberzustellen vermag. Grundsätzlich ist somit jeder als ein Design Thinker zu verstehen, wenn er es schafft, diese Art zu denken für sich oder sein Team zu kultivieren. Dies bedeutet dann, dass er für sich oder im Team dazu in der Lage ist, ein Problem zu analysieren und daraus Ziele zu entwickeln, die er anschließend unter ständigem erneuten Abwägen und ihrer verlaufsbedingten Anpassung zu erreichen in der Lage ist.

Der Design Thinking Prozess ist somit neben seiner Funktion als Innovationsmethode, in der sie konventionelle Denkmuster aufbricht, grundsätzlich auch eine Lehrmethode, die Einzelpersonen oder Gruppen dazu befähigt, alleine oder gemeinsam Probleme zu lösen und neue Vorgehensweisen zu entwickeln. In dieser Funktion passt das Design Thinking direkt in eine Arbeitsstruktur, die zunehmend in der Vernetzung unabhängig arbeitender Teams Gestalt annimmt und in der Lage sein muss, schnell auf Veränderungen zu reagieren. Aufgrund seiner Offenheit und Operationalisierung im Sinne einer gegliederten Toolbox, kann der Design Thinking Prozess in unterschiedlichen Umfeldern eingesetzt werden.

Wie anhand einer Literaturrecherche sowohl im wissenschaftlichen wie auch publizistischen Bereich erkennbar ist, reicht der Einsatz des Design Thinkings mittlerweile von der Unternehmensorganisation über die Neuausrichtung öffentlicher Services wie beispielsweise im öffentlichen Gesundheitswesen oder aber auch dem Verständnis der Funktionsweise von Bildung. Das Auffälligste an der Art dieser Einsatzweisen besteht wie beim Service Design bereits beschrieben darin, dass auch sie nicht mehr auf die Produktion von Gütern abzielen, sondern ebenfalls auf die Veränderung von menschlicher Interaktion. Dieses Mal dringen diese Veränderungen jedoch bis in die Sphären bis zu diesem Zeitpunkt fest verankerter Organisationen vor. Auf diese Art und Weise verändert das Design Thinking nicht nur den Markt sondern ebenfalls

die Gesellschaft in ihrem Bezug zum Marktgeschehen sowie in sich selbst. Es erzielt damit eine Reichweite, die kein Design- oder Innovationsansatz je vorher für sich verbuchen konnte.

#### Social Design oder Design for Social Innovation

Social Design ist wie das Design Thinking ein weiteres Signalwort des modernen Designs und im ersten Moment genauso wenig mit konkreten Vorstellungen über seinen eigentlichen Charakter oder Tätigkeitsbereich verbunden. Oft kommt es vor, dass beide Verfahren in ein und demselben Satz verwendet werden, als ob sie sich gegenseitig in der Erklärung ihres Inhalts bedingen würden. Diese Annahme liegt nach der Schilderung des Aktionsfeldes, in dem das Design Thinking wirkt, nahe, da es ja vermehrt menschliche Interaktion gestaltet, die mit dem Wort „sozial“ umschrieben werden können.

„Sozial“ aus der lat. Wortwurzel *socialis* für „gesellig“ stammend, wird im Philosophiewörterbuch mit „der Gesellschaft entsprechen; auf die Gesellschaft und das Leben in ihr, auf Beziehungen der Menschen zueinander gerichtet; sich ihnen [den Menschen] hingebend und ihnen dienend“<sup>16</sup> beschrieben. Überträgt man diese Definition auf das Design ist festzustellen, dass speziell anhand des letzten Teils, der die Hingabe an den Menschen beinhaltet, jedes intentional am Menschen ausgerichtete Design als Social Design bezeichnet werden könnte. Jedoch spricht die singuläre Existenz des Begriffs dafür, dass es sich hier um ein Spezifikum innerhalb der designerischen Praxis handeln muss.

Dennoch sind die Quellen darüber, was Social Design ist und woraus es seine Bedeutung bezieht, spärlich gesät. Oft bestehen sie aus der Darstellung von Praxisprojekten, die anhand ihrer Vorgehensweise als Social Design deklariert werden. Dabei handelt es sich zumeist um Projekte, die die Gestaltung von sozialen Interaktionsformen sowie den Aspekt des gemeinsamen Gestaltens mit Nutzer oder Stakeholder in Form von Co-creation enthalten. Anders wiederum wird der Begriff in der Beschreibung von Projekten mit einem offensichtlich sozialen Designobjekt benutzt, wie beispielsweise der Entwurf eines Trinkwasserbrunnens in einer Dürreregion, der das Leben der dortigen Menschen grundsätzlich verbessert.

Die gleiche Beobachtung schildert auch die dänische Consultingfirma für digitale Produkte „Socialsquare“ auf ihrer Homepage. In vergleichsweise ausführlicher Form beschreibt die Agentur hier ihr Verständnis von Social Design und ihre daraus entstandene Handlungsgrundlage und wird aus diesem Grunde hier als Quelle herangezogen. Für den Verfasser liegt das hauptsäch-

liche Merkmal des Social Designs in seiner „Abhängigkeit von der aktiven Teilnahme sozialer Akteure“<sup>17</sup>. Während das klassische Design sich mit der einwandfreien Nutzbarkeit des Designobjektes durch den Nutzer beschäftigt, sei es das Ziel des Social Designs ein Umfeld zu entwickeln, welches den Nutzer selbst zum Aktivwerden und (Mit)Gestalten anregen soll. Folglich bestünde seine Aufgabe darin Foren aufzubauen, die Möglichkeiten zur erfolgreichen Partizipation böten und jeden Menschen auf seine Weise zum Gestalter werde ließen<sup>18</sup>.

Der italienische Designtheoretiker Ezio Manzini versteht unter dem Begriff weiterhin die Bezeichnung für ein Design, welches sich der Entwicklung von Lösungen im Kontext von sozialer Hilfestellung widmet. Demnach nimmt sich Social Design den Problemen derjenigen an, die aus dem Möglichkeitsgefüge wirtschaftlicher oder sozialer Unterstützung herausfallen und auf sich allein gestellt außerhalb des Systems auf Hilfe angewiesen sind<sup>19</sup>. Die hier getätigte Designpraktik bezieht ihren Mehrwert aus dem sozialen Nutzen, der dem bedürftigen Rezipienten durch die entwickelten Lösung entsteht, enthält jedoch keinerlei monetäre Entlohnung. Es handele sich dabei, so Manzini um eine Art „Charity-Design“<sup>20</sup>.

Neben dieser Art des Social Design im Sinne von sozialer Zuwendung sowie den Aspekten der Co-creation und der Partizipation gibt es noch einen weiteren Aspekt, der den Quellen um eine erste theoretische Einführung des Begriffs „Social Design“ gemein ist. Dies zeigte der erste Versuch einer theoretisch angelegten Studie zur inhaltlich genaueren Beschreibung des Begriffs aus dem Jahr 2014. Die Rede ist vom Social Design als „Design for Social Innovation“<sup>21</sup>. Dieser Ansatz gibt sich nicht mit temporären Behelfslösungen zufrieden, sondern versucht sich dem Problem auf struktureller Ebene zu nähern. Zu entwickeln sind hier neue Strategien und Vorgehensweisen, die ein Umfeld schaffen, die ein weiteres Auftreten der Probleme verhindern oder begrenzen. Design soll hier dazu eingesetzt werden, kleine Gruppen und Initiativen bei der Entwicklung neuer Vorgehensweisen zu unterstützen, um sich aus prekären Situationen zu befreien oder das Leben aus anderen Gründen zu verbessern<sup>22</sup>. Als besonders geeignete Designpraktiken sieht Manzini<sup>23</sup> hier das Service Design in Verbindung mit der strategischen Denkweise des Designers, um die Aktionen der Initiativen in funktionierende Strukturen mit Möglichkeit zur Konsolidierung und Verbreitung umzuwandeln.

Möglich wird diese Vision aus einem bereits zu beobachtenden Erstarken und Ausbreiten vieler solcher kleinen Initiativen und Grassroot-Organisationen weltweit, was sich mit dem immer leichter werdenden Zugang zu

Internet und digitaler Technologie in Verbindung bringen lässt. Diese böten, laut Manzini<sup>24</sup>, den Gruppierungen die nötige Infrastruktur, um sich zu organisieren und miteinander zu kommunizieren. In der Verbindung mit der digitalen Technik haben neue und vor allem andere Ideen die Möglichkeit sich als neue Praxis innerhalb funktionierender Einheiten zu entwickeln. Sie könnten zu einer ebenso großen gesellschaftlichen Veränderung führen, wie es vorher neuartige Technologien mit sich brachten<sup>25</sup>. Das Industrial Design, welches sich ursprünglich selbst durch eine technische Innovation – der Industrialisierung – entwickelt hat, könnte, so Manzini<sup>26</sup>, in der Entwicklung und Integration dieser sozialen Innovation genauso hilfreich sein.

Dies stellt den Designer jedoch vor einige Herausforderungen in seiner Vorgehensweise, da es sich hier nicht mehr um den Umgang mit Objekten sondern Menschen handelt. Zum einen lässt sich der Zeithorizont dieser Projekte weniger eingrenzen als der eines Produktentwicklungsprozesses. Da es sich bei kulturellen Veränderungsprozessen zu einem großen Teil um menschliche Lernprozesse handelt, lässt sich der benötigte Zeitraum zum Erwirken eines Erfolgs durch funktionierende neue Strukturen sehr viel schwieriger ermitteln als ein Produkteinführungsdatum. Desweiteren sind viele der angefangenen Initiativen nur der Anfang einer viel größeren Bewegung, die in ihrer Verlaufsform zumeist offen und schwer kalkulierbar ist. Diese Bewegungen sind als kollektive Co-Design Prozesse zu betrachten. Ein Designer, der in diesen Prozessen aktiv wird, muss somit dazu in der Lage sein, sich in die Offenheit und zeitliche Dynamik dieser Prozesse einzuordnen<sup>27</sup>. Des Weiteren stellt es neue Anforderungen an den Designer im Kontakt zu seinen Klienten. Neben dem aufmerksamen Beobachten ist hier vor allem ein aufmerksames Zuhören gefragt.

Das Design for Social Innovation sei, so Manzini<sup>28</sup>, an sich keine neue Designpraktik, sondern eine neue Haltung aus der heraus Design ausgeführt würde. Diese Haltung verheiße die Ausrichtung jeglicher designerischen Aktivität an dem Leitbild der sozialen wie auch ökologischen Nachhaltigkeit. Diese Art von Argumentation hat im Design schon mehrmals zu einer Neudefinition seiner Disziplin geführt, wenn sie nicht sogar als seine Ursprungsmotivation bezeichnet werden kann.

Heute befindet sich die Welt wie auch das Design anscheinend vor ähnlichen Herausforderungen wie zur Zeit der hier bereits behandelten historischen Stationen wie der frühen Industrialisierung oder den 1970er Jahren. Es agiert jedoch in anderen Gesellschaftsgefügen als zu diesen Zeitpunkten und ist daher gezwungen, sich erneut anzupassen. Wie den Schilderungen über das

Design for Social Innovation zu entnehmen ist, versteht sich das Design auch heute noch als Verfechter einer besseren wie auch gerechteren Welt, hat jedoch seine Methoden geändert.

## Moderne Designpraktiken zwischen vernetzter Gewinnsteigerung und sozialem Mehrwert

Wie bereits in Kapitel 2 im Abschnitt „Die Relationalität als Grundlage für die Netzwerkökonomie“ erläutert, geht aus Studie von Chiapello und Boltanski hervor, dass aus den anfänglichen Möglichkeiten einer flexiblen Organisation von Unternehmensstruktur und Arbeit in Abgrenzung zu den rigiden Strukturen der großindustriellen Betriebe der 60er und 70er Jahre ein Individualisierungs- und Unabhängigkeitszwang geworden ist, der sich nun gegenteilig auswirkt.

Den Ursprung für die Entwicklung dieser flexiblen Strukturen sehen die Autoren nicht in erster Linie in der sich immer weiter zuspitzenden Wettbewerbslage der Unternehmen, sondern zunächst in den Forderungen einer ungewöhnlich gut ausgebildeten, jungen Generation um 1968. Diese fühlten sich in ihrem Drang nach Selbstverwirklichung und in der Abgrenzung von alten Wertevorstellungen durch die rigiden Strukturen bürokratisch verwalteter Großunternehmen und alt-elitärer Führungsstile unterdrückt<sup>29</sup>. Während diesem Verlangen zunächst keinerlei Verständnis von Seiten der Unternehmen entgegengebracht wurde, erfolgte um 1980 ihre Anerkennung vor dem Hintergrund des nun eintretenden unternehmens-organisatorischen Handlungsbedarfes, der sich in einem rasant zunehmenden Wettbewerb begründete<sup>30</sup>.

Mit dem Ziel, die Unternehmen in sich flexibler und reaktionsschneller werden zu lassen, begann in den 90er Jahren die sukzessive Umstrukturierung anhand der Integration selbstständig agierender, vernetzter Einheiten sowohl in Produktion wie auch im administrativen Bereich<sup>31</sup>. Diese allgemeine Auflösung althergebrachter Strukturen führte aus gesamtwirtschaftlicher Sicht zur Herausbildung der weiter oben beschriebenen Netzwerkökonomie, die mit einer Veränderung der gesellschaftlichen Wertegrundlage einherging. In dieser trat nun die individuelle Freiheit und Unabhängigkeit von jeglichen, die persönliche Freiheit einschränkenden Strukturen in den Vordergrund und drückte sich neben der veränderten Gestaltung der Arbeitsstrukturen auch in einem zunehmenden Verlangen nach Freizeitaktivitäten und Konsum aus.

In seiner Funktion als absatzstrategisches Mittel in der Ausnutzung dieses Individualisierungsdranges durch die Unternehmen, findet das klassische Design seine Einordnung in die kritische Debatte um die Zwiespältigkeit

dieser neuen Strukturen. Natürlich wirkte es auf diese Weise maßgeblich bei der Ausgestaltung einer Gesellschaft mit, in der die Befriedigung individueller Bedürfnisse an erster Stelle steht. Als Teil der marketinggetriebenen Absatzstrategien war es ein notwendiges Mittel zur Erschließung und Ausdifferenzierung der Märkte über die Ausarbeitung von Produktdiversifikation und der Integration neuer, digitaler Technik in die Konsumgüter. Aus diesem Grunde steht Design – insbesondere das Industrie- und Produktdesign – oft im Visier kapitalismuskritischer Stimmen. Es befeuerte auf diese Weise den am Prozess der Individualisierung ansetzenden Konsum und damit verbunden eine zunehmende Machtansammlung der Großunternehmen, die zu dem bedenkenswerten Zustand geführt hat, in dem wir uns heute befinden.

Die neuen Designpraktiken mit ihrer Ausweitung des Designobjektes auf die menschliche Interaktion, erscheinen aus diesem Blickwinkel noch sehr viel bedrohlicher als jegliche objektbezogene Gestaltung, die als Mittel für kapitalistisch begründete Ressourcenausbeutung und Werteverfall an den Pranger gestellt werden kann. Durch ihre Auflösung ins Prozesshafte und Immaterielle wirken sie unberechenbar und manipulativ. Sie laufen aufgrund dessen Gefahr unter Generalverdacht gestellt zu werden, ausschließlich ein Mittel zur weiteren Ausbreitung kapitalistischer Absatzkanäle zu sein.

Wie jedoch aus der Perspektive des Design for Social Innovation sowie der vorangegangenen Herleitung der aktuellen Designpraktiken hervorgeht, handelt es sich bei diesen prozesshaften Gestaltungsansätzen um die Anpassung der designerischen Gestaltungsleistung an die Funktionsstrukturen der heutigen Wirtschaft wie auch Gesellschaft. Sie sind die aktuellen Mittel zur Problemlösung in einem vernetzten und digitalisierten Gesellschaftsgefüge und können somit zur Umsetzung unterschiedlicher Arten von Projekten genutzt werden. In diesem Sinne ist ihr Einsatz auch zur Entwicklung alternativer Formen des Wirtschaftens und Zusammenlebens nutzbar, die auf diese Art ein Gegenentwurf zu den aktuellen Strukturen erzeugen können.

Im folgenden Abschnitt soll nun in Anlehnung an die Studie „Der neue Geist des Kapitalismus“ von Boltanski und Chiapello gezeigt werden, in welcher Weise Design als kritisches Mittel zur Begrenzung der kapitalistischen Strukturen eingesetzt werden kann.

1  
Melissa Edwards, Danielle Longue, et alt.: Towards an Understanding of Open Innovation in Services: Beyond the Firm and Towards Relational Co-creation.-In: Agarwal,R et. al. (Hrsg.): The Handbook of Service Innovation. London: Springer 2015, S. 75-90, S. 77

2  
Vgl. Melissa Edwards, Danielle Longue et alt.: Towards an Understanding of Open Innovation in Services S. 77

3  
Vgl. Reinhard Geissbauer, Volkmar Koch et alt.: Industrie 4.0, Chancen und Herausforderungen der vierten industriellen Revolution, Online verfügbar; zuletzt geprüft am 30.03.2017, S.3 f

4  
Vgl. Melissa Edwards, Danielle Longue et alt.: Towards an Understanding of Open Innovation in Services S. 76

5  
Vgl. Marc Strickdorn, Jakob Schneider: This is Service Design Thinking., Hoboken, New Jersey: Wiley, 2011, S. 120f

6  
Vgl. Melissa Edwards, Danielle Longue et alt.: Towards an Understanding of Open Innovation in Services S. 77

7  
Vgl. Tim Brown: Change by Design, Wie Design Thinking Organisationen verändert und zu mehr Innovationen führt, München: Vahlen, 2016, S. 84

8  
Vgl. Wikipedia: Stichwort „Dotcom-Blase“, Version vom 27.02.2017

9  
Vgl. Mauricio Vianna, Ysmar Vianna et alt.: Design Thinking, Innovation im Unternehmen, Berlin: Logos, 2014, S. 16

10  
Vgl. Tim Brown: Change by Design, S. 88

11  
Ebd.

12  
Vgl. Kees Dorst: " The Nature of Design Thinking", in: Conference Proceedings of DTRS8 Interpreting Design Thinking: Design Thinking Resreach Symposium Proceedings, 2010, S. 131-139, S. 132f

13  
Christoph Meinel et alt.: Design Thinking Live-Eine Einführung, in: Meinel, Ch. (Herg.) (2015): Design Thinking live; Wie man Ideen entwickelt und Probleme löst.,Hamburg, Murmann Publishers, 2015, S. 6

14  
Vgl. Mauricio Vianna, Ysmar Vianna et alt.: Design Thinking, S. 17

15  
Vgl. ebd., S. 16

16  
Meiner. Wörterbuch der Philosophischen Begriffe, Philosophische Bibliothek Band 500, Hamburg: Meiner 1998, S. 615

17  
Martin Christensen: What is social design?, 2011 online verfügbar; zuletzt geprüft am 03.05.2017

18  
Vgl ebd.

19  
Vgl. Ezio Manzini: Design, When Everybody Designs, An Introduction to Design for Social Innovation, Cambridge MA: MIT Press, 2015, S. 64

20  
Ebd.

21  
Vgl. Dung-Sheng Chen , Lu-Lin Cheng et alt.: Social Design: An Introduction 2016 in: International Journal of Design Vol. 10, No. 1, 2016, Online verfügbar

22  
Vgl. Ezio Manzini: Design, When Everybody Designs, Cambridge MA: MIT Press, 2015, S. 64f

23  
Ebd., S. 59

24  
Ebd., S. 17f

25  
Vgl. ebd., S. 26

26  
Ebd., S. 31

27  
Vgl., S. 68

28  
Ebd., S. 62

29  
Vgl. Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003, S. 220

30  
Vgl. ebd., S. 241

31  
Vgl. ebd.

## "Der neue Geist des Kapitalismus" nach Eve Chiapello und Luc Boltanski

### Was ist der „Geist des Kapitalismus“

Der Inhalt des folgenden Abschnitts basiert im Wesentlichen auf Chiapello und Boltanski<sup>1</sup>, welche die Wandlung der ideologischen Rechtfertigungsstrukturen, die das kapitalistische System immer von neuem in seiner Existenz als gesellschaftliche Lebensgrundlage legitimieren, untersuchten. Die Werte, die sich aus der Anerkennung der jeweiligen Rechtfertigungsstrukturen ergeben und somit als Leitlinien für das Handeln im zeitgenössischen System ergeben, bezeichnen die Autoren als „Geist des Kapitalismus“<sup>2</sup>. In der praktischen Anwendung dieser Werte ergeben sich jedes Mal von neuem epochal eigene Lebensmuster, die es den Menschen dieser Zeit ermöglichen, mit dem auf Vereinnahmung ausgerichteten kapitalistischen System in Einklang zu leben<sup>3</sup>. Wie es möglich sein kann, dass sich in Anpassung an den Kapitalismus immer wieder neue, auf unterschiedlichen Rechtfertigungsgrundlagen beruhende Lebensrealitäten bilden, sowie die Quelle ihrer Entwicklung ist für die Autoren die hauptsächliche Forschungsfrage<sup>4</sup>. Laut Chiapello und Boltanski sei ein wesentlicher Beitrag zur Entwicklung oben erwähnter Rechtfertigungsgrundlage in der Kapitalismuskritik zu finden<sup>5</sup>. Inwieweit ebendiese die Bildung der epochal vorherrschenden Wertemuster beeinflusst und welche Formen sie dabei annimmt, soll im Folgenden noch verdeutlicht werden.

Zunächst soll nun jedoch dargestellt werden, auf welchen theoretischen Grundannahmen die Arbeit von Chiapello und Boltanski beruht, um daraus das Konzept des kapitalistischen Geistes und seiner Veränderbarkeit nachvollziehen zu können.

### Die theoretische Grundlage des kapitalistischen Geistes nach Chiapello und Boltanski

#### Der Kapitalismus

Die Autoren formulieren den Kapitalismus als ein System der „unbegrenzten Kapitalakkumulation durch den Einsatz friedlicher Mittel“<sup>6</sup>. Sein Haupt-

merkmal sei dabei die ständige Rückführung erwirtschafteter Überschüsse in das System mit dem Ziel diese wiederum zu vermehren. Dieser Zirkel des ständigen Wachstums sei es, was die Menschen seit jeher am Kapitalismus fasziniert habe. Dabei sei die Anhäufung von Kapital nicht als Ansammlung von Objekten zur Bedürfnisbefriedigung zu verstehen, sondern der immer wiederkehrende Einsatz und Mehrung des Kapitals in monetärer Form. Diese Loslösung des Kapitals vom Objekt führe zu seiner Abstrahierung hin zu einer ins unendlich wachsenden Größe.

Des Weiteren charakterisiere das kapitalistische System eine ständige Rivalität unter den Marktteilnehmern, die jeder für sich versuchten, den größtmöglichen Gewinn zu erzielen. Die Sonderform der Marktwirtschaft lassen die Chiapello und Boltanski hier bewusst außen vor.

Um an diesem Wettbewerb teilnehmen zu können, brauche es an Leistungsfähigkeit, die sich aus dem Einsatz der arbeitenden Bevölkerung in den Hierarchien von Geschäftsführung bzw. Geschäftseigentümer und angestellten Arbeitnehmern ergebe. Ein weiteres Charakteristikum des Kapitalismus sei somit die Unterteilung der Gesellschaft in besitzlose Arbeitnehmer und kapitalbesitzende Arbeitgeber. Letztere fielen unter die Kategorie der „Kapitalisten“<sup>7</sup>.

#### Der Kapitalist

Als Kapitalist bezeichnen Chiapello und Boltanski grundsätzlich jeden, der die Intention habe, seinen vorhandenen Überhang an Kapital gewinnbringend zu investieren. Der Aktionär, der sein Geld mit der Erwartung seiner Mehrung einem Unternehmen zur Verfügung stellt, gelte damit als „kapitalistischer Archetyp“<sup>8</sup>. Diese Definition einer kapitalistischen Anlageform umfasse jedoch auch andere, im Wesen ähnliche Geldgeschäfte, wie beispielsweise der Kauf von Mietobjekten oder Staatsanleihen.

Unter die Kategorie des Kapitalisten falle somit grundsätzlich jeder, der sein Geld nicht auf dem Sparkonto lasse sondern es gewinnbringend einsetze. Dazu zählten sowohl der private Aktienkäufer wie auch ganze juristische Personen, die sich an größeren Firmen beteiligten. Grundsätzlich bezeichne die Gruppe der Kapitalisten somit die „Gesamtheit der Besitzer eines Ertragsvermögens“<sup>9</sup>. Diese werde in ihrer Größe jedoch beträchtlich reduziert, beachte man die Höhe der Ersparnisse, die für eine einflussreiche Investition von Nöten sei. Auf diese Weise begrenze sich der Anteil der Kapitalisten auf eine Minderheit der Gesamtbevölkerung.

Der Begriff der Kapitalisten bezeichne in der vorliegenden Theorie somit diejenigen, die durch die Höhe ihrer Kapitalinvestition Einfluss auf die

Gewinnausschüttung von Unternehmen nehmen könnten. Darunter fielen neben einigen sehr kapitalstarken Privatpersonen vor allem juristische Personen wie Holdings, Konzerne oder auch Banken, die mittels ihrer Führungskräfte die Bewegung der globalen Geldflüsse bestimmen.

Die oben genannten Führungskräfte gelten im Rahmen der vorliegenden Studie als eigentliche Kapitalisten, da sie aufgrund ihrer leitenden Funktion und Position im Unternehmen die Mechanismen des Kapitalismus internalisiert hätten und ausschließlich nach der Prämisse der Gewinnmaximierung handelten. Die Möglichkeit einer anderen Handlungs- und Entscheidungskultur solle an dieser Stelle nicht behandelt werden<sup>10</sup>.

#### Der heutige Arbeiter ist der abhängig Beschäftigte

Die Situation der regulär abhängig Beschäftigten beschreiben Chiapello und Boltanski so, dass sie im Gegensatz zu den Führungskräften lediglich über einen sehr geringen Anteil an Kapital verfügen. Außerdem fehle es ihnen an jeglicher Art von Produktionsmitteln außer ihrer eigenen Arbeitsleistung. Das Produkt ihrer Arbeit gehöre ihnen weiterhin nicht selbst, sondern ausschließlich dem ihn bezahlenden Arbeitgeber. Um im System zu überleben, sei der Arbeitnehmer gezwungen seine Arbeitskraft zu verkaufen. Als Entschädigung erhalte er seinen Lohn.

Der Arbeitnehmer sei somit dem Arbeitgeber immer ausgeliefert. Zwar habe er theoretische die Möglichkeit, dem Arbeitgeber seine Arbeitskraft zu verweigern. Angesichts seiner absehbaren Mittellosigkeit, sei er jedoch letztendlich dazu gezwungen, eine Anstellung anzunehmen<sup>11</sup>.

Im Bezug auf die heutige Situation des kapitalistischen Systems sei anzumerken, dass sich die Zahl der abhängig Beschäftigten zu einem noch nie gekannten Ausmaß vergrößert habe. Ihr Verhalten habe somit einen entscheidenden Einfluss auf das Wesen des aktuellen kapitalistischen Systems.

#### Die Notwendigkeit einer geistigen Aufladung

Betrachte man den Kapitalismus nun nach eben hier vorgelegter Definition und Charakterisierungen, so erscheint das System, abgesehen vom Aspekt der Existenzsicherung, nicht gerade als verlockendes Lebensmodell<sup>12</sup>. Der Kapitalist sei in der Aufgabe der Kapitalmehrung gefangen und der Arbeitnehmer beständig gezwungen, sich den Anweisungen des Kapitalisten zu unterstellen. Der Kapitalismus benötige also einen Sinn, in dessen Anerkennung beide Protagonisten – Kapitalist und Arbeitgeber – übereinstimmen. Ohne diesen sei der Einsatz, den das System in seiner heutigen Form fordere, nicht zu legitimieren.

Benötigt werde also eine „Ideologie, die das Engagement für den Kapitalismus rechtfertigt“<sup>13</sup> – ein Geist des Kapitalismus.

In unserer heutigen Gesellschaft, so Chiapello und Boltanski, sei dieser Geist ins Wanken geraten. Zu diesem Schluss veranlassten gesellschaftliche Symptome wie beispielsweise „wachsende Orientierungslosigkeit“ und „Skepsis“<sup>14</sup> gegenüber der Zukunft. Es bestehe daher die Notwendigkeit das kapitalistische System erneut mit einem Sinn zu füllen, da andernfalls die Gefahr bestehe, die systemeigenen Mitglieder nicht länger von der Aufrechterhaltung der vorherrschenden Ordnung überzeugen zu können<sup>15</sup>.

Anhand der historischen Entwicklung des Kapitalismus erkennen Boltanski und Chiapello in seiner ethischen der Aufladung eine systemische wie auch eine persönliche Rechtfertigungsebene. Während die systemische Rechtfertigung einen plausiblen Theorierahmen liefere, um die passenden Rahmenrichtlinien zur Aufrechterhaltung des Systems wie zum Beispiel der Rechtsprechung zu schaffen, ginge es auf der persönlichen Ebene darum, das Leben im kapitalistischen System annehmbar zu machen<sup>16</sup>.

Auf systemischer Ebene kristallisierten sich drei Grundpfeiler heraus, die eine Anerkennung des Kapitalismus aus theoretischer Sicht plausibel erscheinen ließen. Gesellschaftlicher Wohlstand, eine durch Wettbewerb hervorgerufene, außerordentliche Produktivität sowie die Möglichkeit zur freien Entfaltung auf der Basis einer zumeist freiheitlichen, politischen Ordnung, bildeten eine seit Anbeginn des Kapitalismus eine vielversprechende Grundlage. Dieses „liberale Dogma“<sup>17</sup> müsse sich jedoch in individuelle Ziele übersetzen lassen, deren Verfolgung Anreize für die sinnvolle Gestaltung des täglichen Lebens liefern würden<sup>18</sup>.

Diese Anreize drücken die Autoren in drei Fragen aus, deren Beantwortung im Rahmen des kapitalistischen Systems möglich sein müsse<sup>19</sup>:

- Wie wird die Teilnahme am System auch für diejenigen interessant, die nicht unmittelbar am Profitzuwachs beteiligt sind?
- Welche Arten der existentiellen Absicherung bietet das System für die momentanen Teilnehmer und deren Kinder?
- Wie ist auch weiterhin eine Ausrichtung des kapitalistischen Systems am Wohle aller sowie die Aufrechterhaltung eines damit verbundenen Gerechtigkeitssystem möglich?

Der Geist des Kapitalismus bestehe somit immer aus zwei Aspekten. Der übergeordnete, systemische Aspekt bilde dabei eine Konstante, die seit der Geburtsstunde des Kapitalismus gleich geblieben sei. Gerade die Möglichkeiten der Emanzipation und freien Entfaltung seien es gewesen, die dem kapita-



listischen System gegenüber den althergebrachten, autoritären Strukturen des feudalen Systems zum Durchbruch verholfen hätten. Die moralische Füllung dieses Rahmens anhand der sich ein allgemein akzeptiertes Werte- und Rechtfertigungssystem entwickeln konnte, sei jedoch epochalen Änderungen unterworfen.

Die Veränderung ebendieser Gerechtigkeitsstrukturen, die unter Beantwortung oben genannter Fragen den Kapitalismus immer wieder zur Rechtfertigung verhelfen, untersuchen Chiapello und Boltanski in ihrer Studie<sup>20</sup>.

#### Das Theorem der Polis als Rechtfertigungsgrundlage

Um die Identifizierung unterschiedlicher Wertegrundlagen und deren Veränderung innerhalb des kapitalistischen Systems zu ermöglichen, bedienen sich Chiapello und Boltanski der theoretischen Grundlage der Polis.

Der Begriff Polis bezeichnete ursprünglich den altgriechischen Stadtstaat<sup>21</sup>. In der heutigen Zeit verweist er auf „das Gemeinwesen eines Bürgerverbandes“<sup>22</sup>, welches sich aus der Übereinstimmung einer gemeinsamen Wertegrundlage ergibt.

Auf Grundlage einer Polis, also eines geteilten Bewertungsverständnisses, werde eine „Wertigkeitsordnung“<sup>23</sup> festgelegt, die im Falle einer Meinungsverschiedenheit kläre, wer derjenige mit der höheren Wertigkeit und somit im Recht sei<sup>24</sup>.

Als illustrierendes Beispiel für das offensichtliche Vorliegen einer Polis führen die Autoren hier die Servierreihenfolge zu Tisch im Bezug auf das Alter an. Zur genaueren Erklärung werde ich dieses Beispiel etwas detaillierter ausführen, als es im Originaltext der Fall ist. Wird dem ältesten männlichen Gruppenmitglied als erstes serviert, so stimmt die Gemeinschaft offensichtlich dem Werteverständnis des Patriarchats zu, in dem die Kombination aus Männlichkeit und Lebenserfahrung als Größe anerkannt wird. Wird den Kindern als erstes serviert, lässt dies darauf schließen, dass sich die Gruppe wahrscheinlich darauf geeinigt hat, dass das Leben der Nachkommen an erster Stelle steht. Groß ist somit derjenige, der aufgrund seiner Jugend der Gemeinschaft zum Fortbestand verhilft.

In dem oben genannten Beispiel findet eigentlich ein Kräftevergleich verschiedener Personen statt. Wäre kein Wertesystem vorhanden, würde das Gesetz des physisch stärkeren gelten, der konsequenterweise den größten Anteil der Mahlzeit abbekommen würde. Erst durch den Bezug auf eine externe Moral verschieben sich die Kräfteverhältnisse und es wird anhand einer durch das Bezugssystem festgelegten Wertigkeit entschieden.

Auch der Kapitalismus sei an sich kein moralisches System. Er müsse also konsequenterweise auch auf äußere Wertesysteme zurückgreifen, um seine Anhänger zu mobilisieren und ihnen eine sichere Grundlage zu bieten, anhand derer allgemein akzeptierte Entscheidungen getroffen werden können<sup>25</sup>.

Eine Gesellschaft könne sich, so Chiapello und Boltanski, aus mehreren Poleis zusammensetzen. Für die Gesellschaft der Moderne, die je nach theoretischer Perspektive mit Einsetzen der Aufklärung oder mit der Industriellen Revolution beginnt<sup>26</sup>, identifizieren die Autoren sechs unterschiedliche Poleis<sup>27</sup>. In jeder dieser Poleis ist die Taxonomie aus anerkannter Größe oder Schwäche mit anderen Aspekten belegt.

die erleuchtete Polis: groß ist der Heilige bzw. derjenige, der in der Lage ist mit dem Heiligen in Kontakt zu treten

die familienweltliche Polis: Größe ist von der familiären Hierarchie abhängig

die Reputationspolis: Größe einer Person ist hier von der Meinung anderer über ebendiese Person abhängig

die bürgerliche Polis: derjenige ist groß, der es schafft, die Interessen vieler im Sinne des übergeordneten Wohls repräsentieren

die marktwirtschaftl. Polis: Größe entspricht demjenigen, der es schafft durch den Verkauf von Gütern zu Wohlstand zu kommen

die industrielle Polis: Bewertungsgrundlage für Größe sind hier Produktivität und Professionalität

Anhand der Veränderung der Anzahl wie auch der Gewichtung der unterschiedlichen Poleis zueinander, lässt sich die Veränderung des kapitalistischen Geistes greifbar machen<sup>28</sup>.

Zur Untersuchung der heutigen Wertegrundlage haben Chiapello und Boltanski<sup>29</sup> Managementliteratur der 60er und 90er Jahre verglichen. Dabei stellten sie fest, dass sich ein neues Argumentationsmuster herausgebildet hat, welches in die Logik der vorhandenen Poleis nicht mehr eingeordnet werden könne. Wie es schien, sei ein neuer kapitalistischer Geist in seiner Bildung begriffen<sup>30</sup>.

Welche Merkmale und Haltungen die unterschiedlichen Geister des Kapitalismus ausmachen, werde ich in den folgenden Abschnitten noch kurz darstellen. Zunächst soll nun geklärt werden, weshalb die Autoren zur Untersuchung der Wertegrundlage der letzten 30 Jahre die Diskursliteratur des Managements herangezogen haben.

### Das Management und sein Diskurs als Datengrundlage für den aktuellen Geist des Kapitalismus

Wie bereits weiter oben erwähnt, bilden die abhängig Beschäftigten laut Chiapello und Boltanski mittlerweile die größte Gruppe der arbeitenden Bevölkerung. Ihr Verhalten habe aufgrund ihrer Größe starken Einfluss auf die Gestalt eines sich neu bildenden Geist des Kapitalismus<sup>31</sup>.

Eine entscheidende Position innerhalb dieser Gruppe nehmen die leitenden Angestellten ein. Wie bereits eingangs erwähnt, bilden die Führungskräfte großer Unternehmen in der hier analysierten Studie die Klasse der Kapitalisten. Sie seien in ihrer Führungsrolle eines auf Gewinn und Dividende ausgerichteten Unternehmens gezwungen, im Sinne der kapitalistischen Akkumulationslogik zu handeln. Ebenso stünden sie jedoch auch im Visier für Kritik aus den unteren Schichten der Belegschaft. Die Herausforderungen, die getroffenen Entscheidungen im Sinne des Allgemeinwohls zu rechtfertigen, seien an dieser Stelle somit omnipräsent<sup>32</sup>. An den Handlungsstrategien des leitenden Personals sei daher die Haltung zum aktuellen kapitalistischen System und deren eventuelle Veränderung deutlich zu erkennen<sup>33</sup>.

In der Managementliteratur finden diese Haltungen in unterschiedlicher Färbung und Theoretisierung Ausdruck. Veränderungen in den Rechtfertigungsstrukturen seien daher anhand dieser Texte gut zu erkennen<sup>34</sup>.

### Die Funktion des Kapitalistischen Geistes

Zusammenfassend ließe sich also festhalten, dass der Geist des Kapitalismus dem kapitalistischen System und seinen Mitgliedern eine Rechtfertigungsgrundlage ausstellt. Diese entsteht durch Integration externer Wertesysteme in das ansonsten nach eigener Logik agierende Wirtschaftssystem. Diese moralische Füllung sei abhängig von den jeweils zeitgenössisch anerkannten Theorien und Wertegrundlagen einer Gesellschaft. Anhand dieser gesellschaftlichen Erwartungen müsse es das System schaffen, seinen Teilnehmern einen annehmbaren Lebensgrundlage zu bieten, die sowohl Möglichkeiten zur Selbstentfaltung als auch die nötige Existenzsicherung versprache<sup>35</sup>. Des Weiteren bildet die Verbindung aus System und allgemein anerkannten Wertegrundlagen auch die

Voraussetzungen dafür, dass der Kapitalismus kritischen Positionen standhalten könne. Es entstehe so die Möglichkeit, die Rechtmäßigkeit oder Unrechtmäßigkeit einer kapitalistisch evozierten Handlung zu beweisen<sup>36</sup>.

Die Aushandlung dieser Gültigkeiten bezeichnen Chiapello und Boltanski als Bewährungsprobe, die zum Beispiel in Form eines Gerichtsverfahrens stattfinden könnte. In der Bewährungsprobe träfen sich somit befürwortende und kritische Stimmen, die am Ende für eine weitere Legitimierung oder eine Begrenzung des Systems plädieren könnten. Der Geist des Kapitalismus habe daher neben der Rechtfertigung des Systems auch die Funktion, dieses zu begrenzen, sollte eine Abweichung von den akzeptierten Normen vorliegen.

### Der Aspekt der Kritik im Geist des Kapitalismus

Kritik tauche zumeist an den Stellen auf, wo Ungerechtigkeiten stattfänden und somit eine Lücke im Rechtfertigungsgeflecht des Kapitalismus auftrete. Um seinen Fortbestand zu sichern, suche das System automatisch danach, diese Lücke durch die Integration dort gestellter Forderungen zu schließen. In der Fähigkeit, kritische Positionen zu kooptieren, läge die Erklärung für die Widerstandsfähigkeit des Kapitalismus<sup>37</sup>. Er richte sich in dieser Weise immer neu aus und adaptiere seine Rechtfertigungsstrukturen entsprechend der ihm bis zu diesem Zeitpunkt unbekanntem Forderungen. Die Autoren betrachten die Kritik daher als „Motor für die Veränderung des kapitalistischen Geistes“<sup>38</sup>.

Der Charakter des Kapitalismus habe sich über die Zeit seiner Entwicklung nicht maßgeblich verändert, sodass auch die Auslöser für seine Kritik weitestgehend gleichgeblieben seien. Die Autoren charakterisieren vier „Quellen der Empörung“<sup>39</sup>:

- Objektivierung und Authentizitätsverlust sowie die damit verbundenen Konsequenzen für das tägliche Leben
- Freiheitseinschränkung durch die Marktbeundenheit von Person und Objekt. Bewertungen erfolgten lediglich monetär in Preis und Gehalt.
- Kapitalismus als Auslöser für Bedürftigkeit und für ein immer größer werdendes soziales Gefälle
- Gesinnungslosigkeit und Individualismus führe zu moralischem sowie sozialem Zerfall der Gesellschaft

Aufgrund der Verschiedenheit der Auslöser sei es der Kritik kaum möglich für alle Forderungen gleichermaßen einzutreten. So käme es meistens zur Fokussierung einzelner Aspekte, wodurch die anderen in den Hintergrund

geraten würden. Ganz gleich, wofür sie eintrete, Kritik argumentiere also zumeist nur aus einem begrenzten Blickfeld, was auch gegenteilige Effekte hervorrufen könne<sup>40</sup>. Beispiele für eine extrem einseitige Kritik seien z.B. die Auswüchse einer individualistischen Sichtweise zum Faschismus. Ein gegenteiliges Beispiel wäre Positionslosigkeit aufgrund einer zu offenen gehaltenen Akzeptanz<sup>41</sup>.

Diese vier vorgestellten Kritikrichtungen ließen sich zu zwei unterschiedlichen Strömungen zusammenfassen – der Künstlerkritik und der Sozialkritik.

### Die Künstlerkritik

Die Künstlerkritik forcire besonders die ersten beiden Kritikansätze in ihren Forderungen nach individueller Freiheit, Selbstentfaltung und Authentizität<sup>42</sup>. Diese Tugenden seien es ursprünglich gewesen, die zur Etablierung des Kapitalismus selbst, als Grundlage eines neuen Gesellschaftssystems, geführt hätten. In Ablösung vom Totalitarismus habe das neue System für eine freiheitliche Lebensweise gestanden, die sich vor allem daraus ergeben habe, selbstständig über den eigenen Werdegang und somit gesellschaftliche Zugehörigkeit entscheiden zu können<sup>43</sup>.

Der emanzipative Aspekt der Künstlerkritik stünde jedoch in einem ambivalenten Verhältnis zum Kapitalismus. Grundsätzlich erscheine er als systemunterstützend, jedoch nur so lange, bis die sich formierenden, akkumulativen Strukturen ein neues Hindernis für die individuelle Selbstverwirklichung darstellen. Somit bestehe ein steter Wechsel zwischen den Phasen von Systemkonformität, die im Zeichen der Emanzipation durch den Kapitalismus stehe und der Systemkritik als Emanzipation vom Kapitalismus selbst<sup>44</sup>.

Die einzige Art der Emanzipation, die der Kapitalismus nie einschränken würde, sei die des Konsums als Quelle des Systems. Genauso verhalte es sich mit den technischen Neuerungen, die zu einer Befreiung von räumlichen und zeitlichen Zwängen führten und eine individualistische Lebensweise wie wir sie heute kennen erst möglich machten<sup>45</sup>.

Der zweite Aspekt der Künstlerkritik sei der der Authentizität. Dieser nehme vor allem Anstoß an der durch die Vermassung eintretende Vereinheitlichung<sup>46</sup>. Die Vertreter der Künstlerkritik sähen in den vorgefertigten Produkten und Lebensentwürfen ein Überstülpen externer, systemisch vorgefertigter Identitätsvorstellungen, die der Herausbildung eines eigenen Selbstentwurfes entgegenständen. Sie fürchten eine Vereinnahmung des Menschen und seiner Lebensumwelt durch das kapitalistische System. Immer mehr „Authentizitäts-

reserven“<sup>47</sup> wie unberührte Landschaft oder einzigartige, individuell gestaltete Genussorte wie kleine Cafés, würden der Verwertungslogik untergeordnet. In starker Ausprägung bedeute eine authentische Lebensweise die Akzeptanz der eigenen Seinsform im Angesicht der von außen einwirkenden Erwartungen und Normen der externen Welt<sup>48</sup>.

Der „Künstler“ oder auch „bindungslose Intellektuelle“<sup>49</sup> liebe das Originäre sowie die Unabhängigkeit der eigenen Schaffenskraft von Moral und systemischer Ordnung. Bisweilen reiche die Sehnsucht nach Natürlichkeit und Unverfälschtheit bis zur grundsätzlichen Ablehnung von Arbeit an sich. Gerade eben in diese Gegenteiligkeit zwischen den beiden Polen der totalen Unabhängigkeit und der sozialen Beteiligung sei das Hauptcharakteristikum der Künstlerkritik.

### Die Sozialkritik

Die Sozialkritik habe ihre Wurzeln bei Marx und entspräche in ihrem Charakter vor allem den letzten beiden Kritikformen. Sie protestiere gegen den kapitalistisch verursachten Egoismus sowie auch gegen die Forderung der Künstler nach persönlicher Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung. Des Weiteren verurteile sie die durch diesen Egoismus entstehenden sozialen Ungleichheiten<sup>50</sup>. Die Sozialkritik agiere immer innerhalb der Taxonomie von Ausbeutern und Ausgebeuteten und versuche anhand dieser Klassifizierungen Gerechtigkeit herzustellen. Liebe sich eine aktuelle Situation nicht anhand dieses Musters bewerten, verliere die Sozialkritik ihre Wirksamkeit.

Künstler und Sozialkritik seien oft nicht miteinander vereinbar. Ihr gemeinsames oder getrenntes Auftreten sei je nach Situation historisch verschieden<sup>51</sup>.

## Die drei Geister des Kapitalismus

In ihrer Studie identifizieren Chiapello und Boltanski drei unterschiedliche „Geister“ des Kapitalismus, die sich in der historischen Entwicklung des Systems einander abgelöst hätten. Den ersten Geist verorten die Autoren zwischen dem Ende des 19. Jahrhunderts und den 1930er Jahren<sup>52</sup>, den zweiten zwischen 1930 und 1960<sup>53</sup> und den Entwicklungsbeginn des dritten und damit aktuellen Geistes um die Mitte der 1980er Jahre<sup>54</sup>.

Die Arbeitswelt des ersten Geistes des Kapitalismus sei durch inhabergeführte Unternehmen geprägt gewesen, die sich in Struktur und Führung dem Beziehungsgefüge der Familie annäherten. Die Mitarbeiter standen in einem vergleichsweise direkten Verhältnis zum Eigentümer, dem in diesem Geflecht

eine patriarchale Rolle beigemessen wurde.

Seine Rechtfertigung habe dieser Geist aus der Ablösung von feudalen Wirtschaftsstrukturen bezogen, die ein Verlassen des familiär ererbten Landes sowie die Lösung etwaiger Fesselungen durch Laiibeigenschaft erst ermöglicht hätte. Eine Anstellung in einem Unternehmen versprach ein Entkommen aus althergebrachten Familien- oder Machtstrukturen und war damit gleichgesetzt mit persönlicher Freiheit<sup>55</sup>.

Den zweiten Geist des Kapitalismus ordnen die Autoren in den Zeitraum von 1930-1960 ein. Im Zentrum dieser Zeit stünde das industrielle Großunternehmen mit dem Direktor an der Spitze. Das unternehmerische Anliegen habe, neben der Befriedigung der Aktionärsinteressen, vor allem in der Vergrößerung der Firma mithilfe der Produktionsmöglichkeiten und Kostenvorteile der Massenproduktion gelegen. Mittels überlegter Vorausschau und der Verlässlichkeit des technischen Fortschritts hätte die Aufgabe der Führungskräfte darin gelegen, langfristige Sicherheiten zu schaffen<sup>56</sup>. Die Güterfülle der Massenproduktion überzeugte den Konsumenten mit der Erschwinglichkeit der Produkte, die für viele erstmals die Möglichkeit darstellten ihren Lebensstandard zu verbessern<sup>57</sup>.

Die Organisationsstruktur dieser Großunternehmen war eine hierarchische Top-Down-Struktur, die mit zunehmender Größe um immer mehr Mitarbeiter und Hierarchien erweitert wurde. Dies führte zu einem immensen Verwaltungsaufwand. Dennoch wirkten diese rigiden Strukturen bis zu einem gewissen Zeitpunkt überzeugend auf die Arbeitnehmer, was laut Chiapello und Boltanski auf die internen Aufstiegsmöglichkeiten für junge Angestellte sowie auch die betriebliche Fürsorge zurückzuführen gewesen sei.

Irgendwann seien jedoch die Grenzen dieser riesigen, in sich geschlossenen Unternehmensriesen erreicht gewesen. Ab Mitte der 1980er Jahre habe die Arbeitswelt erneut begonnen, sich zu verändern. Dies habe laut Chiapello und Boltanski vor allem daran gelegen, dass das junge Führungspersonal in den alten rigiden Strukturen keine Möglichkeit mehr für die persönliche Entwicklung gesehen habe. Im Spannungsfeld von Globalisierung und digitaler Technologie bildete sich der dritte Geist des Kapitalismus heraus, dessen Organisationsstrukturen durch die Auflösung der riesigen hierarchischen Industrieunternehmen in selbstständig agierende kleinere Einheiten bestimmt war<sup>58</sup>.

Wie im zweiten Kapitel bereits erwähnt, geben die Autoren zu verstehen, dass das neu relationale Wirklichkeitsverständnis, welches an ebendieser Textstelle aufgrund seiner Relevanz für das Verständnis des Designprozesses dargestellt wurde, im Umbruch zwischen der zweiten und dritten Geisteshal-

tung ebenfalls als theoretische Grundlage gedient habe<sup>59</sup>. Seine Rechtfertigung hätte ein nach diesen Prämissen funktionierendes anfänglich vor allem durch den Zuwachs an Flexibilität und Varianz sowohl aus dem Blickwinkel der Arbeitsgestaltung als auch aus Sicht der Unternehmensführung erhalten. Letztere bestehe hier nicht mehr aus dem Firmendirektor, sondern aus einer Gruppe von Geschäftsführern, die unter Einbezug von Arbeitnehmervertretungen über die Belange der Firma verhandelten.

Mittlerweile habe die Dekonstruktion der alten Strukturen jedoch derartige Ausmaße angenommen, dass aus den Möglichkeiten, die die anfängliche Flexibilisierung im Kontrast zum hierarchischen Großunternehmen geboten hätte, sich in eine neue Zwangslage verwandelt habe, die ein ungewohnt hohes Maß an persönlicher Mobilität und Autonomie notwendig mache, um weiterhin erfolgreich im kapitalistischen System teilzunehmen.

Im Zuge der Herausbildung dieses Imperativs seinen nun auch zunehmend die unternehmensbedingten und arbeitsrechtlichen Sicherheiten in ihrer Auflösung begriffen. Aufgrund der Geschwindigkeit und Subtilität mit der diese Veränderung vonstatten ginge sowie der Andersartigkeit des sich hier herausbildenden Systems, sei noch unklar, inwieweit sich diese neue Form des Kapitalismus im Bezug auf das Allgemeinwohl rechtfertigen ließe.

1  
Luc Boltanski und Eve Chiapello:  
Der neue Geist des Kapitalismus,  
Konstanz: UVK, 2003

2  
Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der  
neue Geist des Kapitalismus, Kons-  
tanz: UVK, 2003, S. 46, Z. 35f

3  
Vgl. Ebd.

4  
Vgl. ebd., S. 48

5  
Vgl. ebd., S. 68

6  
Vgl. ebd., S. 39, Z. 16

7  
Vgl. ebd., S. 39f

8  
Ebd., S. 40, Z. 35

9  
Ebd., S.41, Z.2

10  
Vgl. ebd., S. 41

11  
Vgl. ebd., S. 41ff

12  
Vgl. ebd., S. 42

13  
Ebd., S. 43, Z.41

14  
Ebd., S. 44, Z.2

15  
Ebd., S. 44

16  
Vgl. ebd., S. 46

17  
Ebd., S. 51, Z. 27

18  
Ebd., S. 46

19  
Ebd., S.54

20  
Ebd., S. 47

21  
Vgl. Wikipedia: Stichwort „Polis“,  
Version vom 05.03.2017

22  
Ebd.

23  
Luc Boltanski und Eve Chiapello:  
Der neue Geist des Kapitalismus,  
Konstanz: UVK, 2003, S. 62, Z. 2

24  
Ebd., S. 62

25  
Ebd., S. 64f

26  
Vgl. Wikipedia: Stichwort „Moderne“,  
Version vom 10.02.2017

27  
Vgl. Luc Boltanski und Eve Chiapello:  
Der neue Geist des Kapitalismus,  
Konstanz: UVK, 2003, S. 63

28  
Vgl. ebd., S. 61 ff

29  
Vgl. ebd., S. 95

30  
Vgl. ebd., S. 63f

31  
Vgl. ebd., S. 42

32  
Vgl. ebd. S. 52

33  
Vgl. ebd., S. 53

34  
Vgl. ebd., S. 91

35  
Vgl. ebd., S. 64

36  
Vgl. ebd., S. 65

37  
Vgl. ebd., S. 68

38  
Ebd., S. 68, Z. 4

39  
Ebd., S. 80, Z. 20

40  
Vgl. ebd., S. 81

41  
Vgl. ebd., S. 83

42  
Vgl. ebd., S. 81

43  
Vgl. ebd., S. 457

44  
Vgl. ebd., S. 456

45  
Vgl. ebd., S. 471f

46  
Vgl. ebd., S. 80

47  
Ebd., S. 477, Z. 32

48  
Vgl. ebd., S. 475

49  
Ebd., S. 82, Z. 50f

50  
Vgl. ebd., S. 82

51  
Vgl. ebd.

52  
Ebd., S. 54

53 Ebd., S. 55

54  
Ebd., S. 236

55  
Ebd., S. 54f

56  
Vgl. ebd., S. 155

57  
Vgl. ebd., S. 57

58  
Ebd., S. 247f

59  
Vgl. ebd., S. 197

### Sozial- und Künstlerkritik in der Netzwerkökonomie

Um nun in der Netzwerkökonomie, dem dritten Geist des Kapitalismus, erfolgreich seine Lebensgrundlage bestreiten zu können, bedarf es mittlerweile eines immer größeren Einsatzes. Das System, welches ursprünglich zur Beförderung persönlicher Freiheit und einer individuell gestaltbaren Lebensweise innerhalb des kapitalistischen Systems seinen Anfang nahm, wirkt in seiner entfesselten Form langfristig beunruhigend.

Mit der Konzentration auf die individuelle Unabhängigkeit im System, ginge laut Boltanski und Chiapello<sup>1</sup> seit den 90er Jahren auch die Auflösung ehemals lang erkämpfter sozialer Sicherheiten einher. Dieser Zerfall zeigte sich auf dem Arbeitsmarkt zum Beispiel in der zunehmenden Zahl befristeter Arbeitsverhältnisse oder dem wachsenden Einsatz von Leiharbeit. Dadurch werde langfristig der Aufbau einer eigenen Existenz oder Familie erschwert. Es scheint, als hätte die Forderung nach individueller Unabhängigkeit die Gesellschaft in eine Sackgasse geführt, die sich in einem zunehmenden Unwohlsein in der Bevölkerung zeigt. Die Auflösung alter Strukturen, wie die der Halt gebenden Familie oder dem klaren Karriereverlauf einer Konzernbeschäftigung in den 60er Jahren, hat zu einer Unterwanderung vorher allgemein gültiger Konventionen geführt, anhand derer sich das Zusammenleben sowie die Strukturierung des Lebenszyklus zuvor orientierten<sup>2</sup>. Für Boltanski und Chiapello wird hier ein Konflikt zwischen den Beständigkeit verheißenden alten Strukturen und der Unverbindlichkeit der Netzwelt deutlich<sup>3</sup>.

Mit der Ausbildung des Netzwerkes als sozialer Grundstruktur ging außerdem das Verschwimmen des sozialen Klassensystems einher, wodurch die alten Mechanismen zur Beschreibung sozialer Gerechtigkeit von Ausbeutung und Gewinn nicht mehr griffen und Schuld bzw. Verantwortlichkeiten für eventuelle Missstände nicht mehr adressiert werden konnten<sup>4</sup>. An Stelle der alten Taxonomie trat die Gefahr der „Ausgrenzung“, die Menschen, ganz gleich welcher sozialer Schicht, ereilen konnte, sollten sie den Notwendigkei-

ten des Netzes nicht Genüge leisten können. Dies führte zu einem Ausbreiten von Existenzangst, sogar in vorher als abgesichert geltenden Gesellschaftsgruppen wie den Führungskräften<sup>5</sup>.

Eine Anpassung der Netzwelt durch die Begrenzung der ihr inhärenten Autonomie, ebenso wie der Erhalt von sozialen Sicherheiten, erscheint nach diesen Schilderungen als offensichtliche Notwendigkeit. Diese Anpassung findet jedoch aufgrund fehlender kritischer Stimmen kaum statt. Der Grund dafür kann anhand des von Boltanski und Chiapello<sup>6</sup> entwickelten Verständnisses der Bedingungen zur Äußerung von Kritik erklärt werden. Demnach kommt es zu einem Verstummen von Kritik, wenn unterschiedliche Wertemuster ineinander fließen und eine neue, verbindliche Wertegrundlage noch nicht ausgebildet ist, anhand derer eine Orientierung und somit auch Ausbildung von Kritik stattfinden könnte. Diesem Gedanken folgend, fordern sie eine allgemeine Wiederbelebung sowohl der Künstler - wie auch der Sozialkritik als Korrektiv der Netzwerkökonomie und Basis für die Ausbildung neuer Poleis zur Begrenzung der Netzmetapher<sup>7</sup>. Dabei seien sowohl die Sozial- als auch die Künstlerkritik von Bedeutung.

Die Einladung an die Künstlerkritik, bei der Ausbildung einer die Netzwerkautonomie begrenzenden Wertigkeitsprüfung mitzuwirken, erscheint im ersten Augenblick als unlogisch. Hatten nicht gerade die Forderungen aus ihrer Perspektive – nämlich der Ruf nach Emanzipation und Authentizität – zur nun misslichen Lage geführt? Doch die Autoren<sup>8</sup> plädieren für eine Neuauslegung der Künstlerkritik. Sie dürfe heute nicht mehr in einer grundsätzlichen Ablehnung des kapitalistischen Systems aufgrund der Forderungen nach Emanzipation und persönlicher Authentizität bestehen. Vielmehr sei es nun in einer Gesellschaft, in der diese Tugenden allgemeine Anerkennung erfahren, Aufgabe der Künstlerkritik, zu untersuchen, an welcher Stelle die Überbewertung von Emanzipation und persönlicher Authentizität in eine Form der Unterdrückung münde und zu den Formen an Sinnleere und Unbehagen führe, die eingangs erwähnt wurden.

Demgegenüber sei es nun die Aufgabe der Sozialkritik, die Funktionsmechanismen des Netzes in die Taxonomie der Ausbeutung einzuordnen, die dann erneut zu einer ursächlichen Verbindung aus Armut und Bereicherung führe. Anhand dessen werde eine Bewertung dessen, was gerecht oder ungerecht sei erst wieder möglich. Grundlegend sei hier die Definition dessen, was den Tatbestand des ausbeuterischen Handelns im Netz erfülle und wie diesem beizukommen sei<sup>9</sup>. Die Autoren sehen hier vor allem aus rechtlicher Sicht Handlungsbedarf<sup>10</sup>.

Betrachtete man nun das Design anhand der vier Empörungsquellen, die Boltanski und Chiapello als Auslöser von Kritik verstehen, so lassen sich einige Ähnlichkeiten zwischen der Künstlerkritik und dem Design feststellen. Diese Zuordnung erscheint jedoch mit Rückbesinnung auf die bereits im zweiten Kapitel beschriebenen Aktionsfelder des Designs zunächst nicht unmittelbar eindeutig.

## Design: Künstler- oder Sozialkritik?

Die ersten Designer, sowie ihnen zugetane Intellektuelle, nahmen Anstoß an dem Authentizitätsverlust der industriell gefertigten Waren und der menschlichen Lebenswelt durch die Arbeitsformen und Fertigungswege der frühen Industrialisierung. Ruskin wetterte gegen die Unterordnung des Menschen unter den Takt der Maschine, der damit gleichermaßen zum Objekt degradiert wurde. Ebenso setzte er sich für eine Verbesserung der Produktionsmethoden ein und gründete nichtkapitalistische Produktionskollektive. Der Deutsche Werkbund verfolgte die Emanzipation der Arbeiterklasse durch rationelle und damit kostengünstig zu produzierende und zu verkaufende Produkte. Somit könnte man meinen, dass es sich bei einem bewusst agierenden Design um eine sozialkritische Disziplin handelt.

Wie ich weiterhin im zweiten Teil dieser Arbeit beschreiben konnte, hat zumindest das objektbezogene Design seinen Ursprung als Absatzinstrument der Wirtschaft und wirkte in dieser Funktion an der Entwicklung von Produkten und dem Ausbau der Massenproduktion mit. Es fungierte damit als emanzipatives Mittel für den Nutzer der Unabhängigkeit verheißenden Produkte und ebenso für den Produzenten, dem die erbrachten Gewinne eine freiheitliche Lebensweise ermöglichten. In diesem Sinne steht Design wie die Künstlerkritik in einem Spannungsverhältnis. Es lässt sich entweder durch das kapitalistische System instrumentalisieren oder bedient sich selbst der Instrumentarien des kapitalistischen Systems zum Erreichen seiner eigenen Ziele. Diese können, wie an den im zweiten Teil getätigten Beschreibungen über die historische Entwicklung des Designs deutlich wird, sozialkritische Beweggründe enthalten und somit dem Design eine soziale Verantwortung bescheinigen.

Gerade in seiner Funktion als objektgestaltende Disziplin in der Unterstützung des Konsums, sowie dem Ausbau der Mobilitäts- und Kommunikationsnetze, hat Design maßgeblich zur Etablierung der Netzwerkökonomie und ihrer nun beklagten Folgen beigetragen. Die modernen Designpraktiken könnten dazu führen, dass die Ausweitung des Netzes noch sehr viel einfacher

und schneller vorstättengeht und auch in vorher noch unberührte „Authentizitätsreserven“<sup>11</sup> der menschlichen Existenz vordringt. Dennoch stellt sich die Frage, ob es nicht, ebenso wie die Künstlerkritik, einen wichtigen Beitrag in der Begrenzung des Individualisierungs- und Mobilitätsimperativ leisten kann.

## Die Möglichkeiten der Künstlerkritik

Boltanski und Chiapello<sup>12</sup> eröffnen der Künstlerkritik drei mögliche Wege, um sich aus der Sackgasse der extremen Individualisierung und deren Folgen zu befreien.

Zum einen könnte die Kritik unterschiedliche mediale Kommunikationskanäle dazu nutzen, um über die manipulativen Machtstrukturen aufzuklären, die sich in der Ausbildung der Netzwerkökonomie entwickelt hätten. Zum andere wäre diese Arbeit rein informativer Natur und würde aufgrund ihrer Brisanz ebenso gerne im medialen Netz ausgestrahlt wie die manipulativen Praktiken an sich<sup>13</sup>. Als nächstes eröffne sich ihr die Möglichkeit der vorausschauenden Weisung. Aus einer informierten, kritischen Haltung heraus, könnte sie die Extreme aufzeigen, die aus der Fortführung der derzeitigen Vorgehensweisen erwachsen könnten, wie beispielsweise die bedingungslose Unterordnung allen menschlichen Lebens unter das Primat der kapitalistischen Verwertbarkeit oder die Virtualisierung sämtlicher Lebensformen<sup>14</sup>. Daran würde sich der Rückbezug auf das Authentische, die alten Werte und Tugenden wie denen der „echten und aufrichtigen Liebe“<sup>15</sup> oder den Werken „alter Meister“<sup>16</sup> in Abgrenzung zu „den Installationen irgendwelcher Alltagsgegenstände“<sup>17</sup> anschließen. Um wirklich wieder handlungsfähig zu werden, favorisieren die Autoren jedoch eine dritte Möglichkeit. Sie plädieren dafür darüber nachzudenken, wie man sich aus den erzeugten Unterdrückungsstrukturen des jetzigen kapitalistischen Systems wieder befreien könnte, die durch eine Überbewertung der emanzipativen Aspekte entstanden seien<sup>18</sup>.

Im Folgenden werde ich darstellen, welche Ansatzpunkte in einer derartigen Veränderung eine zentrale Rolle spielen würden.

### Zeit:

es sollte dem Menschen die Möglichkeit gegeben werden, wieder Autorität über die eigene Zeit und das eigene Lebenstempo zu gewinnen. In Bezug auf den eigenen Rhythmus sollte es möglich sein, die Bearbeitungszeit von Projekten anzupassen, ohne dabei befürchten zu müssen, abgehängt zu werden<sup>19</sup>.

### Mobilität:

eine Lebensweise in ständigen Übergängen und an unterschiedlichen Orten ist nicht für jeden Lebensentwurf eine gültige Option. Er erfordert zudem auch den Zugang zu Transportmitteln und anderen technischen Mitteln, die nicht für jeden erschwinglich sind. Des Weiteren beschränkt eine Definition von Freiheit als Selbstverwirklichungszwang die Freiheit, die im Wert einer kontinuierlichen Lebensweise liegen kann. Freiheit und Akzeptanz existieren nur dann wirklich, wenn auch für diese Lebensform Platz im gesellschaftlichen System ist. Ohne diese stabilen Bezugspunkte fehlen den mobilen Akteuren im Netz die Knotenpunkte, zwischen denen sie sich bewegen können, um auf diese Weise in mehreren Welten gleichzeitig zuhause sein zu können<sup>20</sup>.

### Flexibilität:

der mobile Einsatz eines Mitarbeiters darf nicht nur dem Kostenrahmen eines Unternehmens entsprechen. Die Autoren plädieren hier für die Einführung des Status eines „mobilen Arbeiters“<sup>21</sup>, für den als Netzreisenden andere Sicherheiten gelten<sup>22</sup>. Auf diese Weise wird beiden Welten, der netzmobilen und der netzstabilen, ihr Wert zuerkannt.

### Authentizität:

in der „Ökonomisierung der Differenz“<sup>23</sup> - also in der ökonomischen Ausnutzung des Bedürfnisses nach persönlicher Identifizierung durch ein Produkt ist es zu einer Ausbreitung des Marktes auf alle Lebensbereiche gekommen. Damit verbunden ist die Ausdifferenzierung der Produktpalette mit kurzen Produktlebenszyklen um die Kurzfristigkeit individueller Vorlieben abdecken zu können. Diese Marktpraktiken haben sich auf alle Aspekte des Menschlichen wie beispielsweise die Vermittlung von Kontakten<sup>24</sup> ausgeweitet. Eine solche Erstreckung des Marktes über die „Kodierung persönlicher, menschlicher Eigenschaften“<sup>25</sup> sollte eingeschränkt werden<sup>26</sup>.

### Erhalt der Lebensgrundlage:

des Weiteren gibt es Güter, die zur Sicherung der Lebensgrundlage allen Menschen gleichermaßen zugänglich sein müssen. Daraus ergeben sich Dinge, die nicht als Ware in den ökonomischen Kreislauf Eingang finden dürfen. Darunter fällt zum Beispiel der schon jetzt auf diese Weise eingeschränkte Zugang zu sauberem Trinkwasser. Somit sollte die Künstlerkritik unbedingt auch Nähe zum Umweltschutz suchen<sup>27</sup>.

In den meisten dieser Punkte ist auch eine sozialkritische Haltung erkennbar. Sie wird unter anderem sichtbar in der Ausweitung der Projektbearbeitungszeit als Möglichkeit eines längeren Arbeitsverhältnisses und damit verbundener längerer kontinuierlicher Bezahlung. Oder auch in der Zugänglichkeit zu lebensnotwendigen Gütern im Interesse einer Aufrechterhaltung von menschlichen Gleichheit im Angesicht der Menschenwürde. Diese Haltung macht deutlich, dass eine integrierende Künstlerkritik Überschneidungspunkte mit der Sozialkritik hat.

## **Design als Künstlerkritik. Neue Designpraktiken als Instrumente für gesellschaftliche Veränderung**

Wie aus den oben aufgeführten Ansätzen Boltanskis und Chiappellos zur Wiederbelebung der Künstlerkritik zu erkennen ist, geht es vor allem darum, den Menschen anstelle des Systems wieder in den Mittelpunkt zu stellen. Diese Argumentation lieferte ebenso den Ausgangspunkt für die neuen Designpraktiken, die dieser Arbeit vorgestellt wurden. Jedoch ist in ihrer Angliederung an das Wirtschaftssystem der Mensch immer noch mit seiner Bewertung als Konsument verknüpft. Damit bergen auch diese Praktiken wieder die Gefahr im Sinne einer Ökonomisierung des Menschlichen zu wirken, wie es im vorangegangenen Textabschnitt unter dem Punkt der „Authentizität“ bemängelt wird. Die Forderung, die aus den Ausführungen Boltanskis und Chiappellos hervorgeht, geht jedoch einen Schritt weiter und plädiert für die Eingrenzung der menschlichen Verwertbarkeit durch die Ökonomie. Im Fokus steht also hier die menschliche Bedürfnisbefriedigung außerhalb des Konsums. Trotz dieser Einschränkung können die neuen Designpraktiken eine wichtige Rolle bei der Entwicklung einer neuen Wertevorlage in der Netzwerkökonomie einnehmen.

Wie bereits an entsprechender Stelle im Text erwähnt, handelt es sich beim Design-Thinking-Prozess um den operationalisierten Designprozess, anhand dessen es jedermann möglich ist, eine selbstständige, lösungsorientierte Arbeitsweise zu erlernen. Das Service Design fungiert als Formgeber für neue Prozesse, der dem Aufbau und der Etablierung neuer, andersartiger Handlungsweisen dienen kann. Das Ergebnis aus der jeweils eingesetzten Methode ist, wie auch in der objektbezogenen Gestaltung, von der vorangegangenen Intention des Gestalters abhängig.

Wie in der Beschreibung von Manzini über das Social Design deutlich geworden ist und in der Studie von Boltanski und Chiapello seine Bestätigung findet, liegt das gesellschaftliche Innovationspotential derzeit also nicht mehr in der Entwicklung und Anpassung neuer Technik, sondern in dem Aufbau



nachhaltiger Formen des Zusammenlebens aus ökologischer wie auch sozialer Sicht. Ein so gestaltetes Innovationspotential erschöpft sich also nicht mehr in der Entwicklung von funktionalen Objekten mit möglichst geringem, ökologischen Fußabdruck, sondern benötigt die Entwicklung neuer Strukturen, in denen das tägliche Leben stattfinden kann.

Wie ich in der Beschreibung der neuen Designpraktiken im dritten Kapitel dargelegt habe, handelt es sich bei ebendiesen um Methoden zur Gestaltung materieller wie auch immaterieller Güter. Vorausgehend ist ihnen ein abstrakt gefasstes Anliegen, das aus unterschiedlichen Kontexten stammen kann, welches in einer möglichst offenen Fragestellung formuliert ist. Dann bieten die angewandten Methoden den Raum unterschiedliche Aspekte zur Erfüllung des Anliegens miteinander in Beziehung zu setzen. Auch aus dem Artikel von Martin Christensen<sup>28</sup>, Partner der dänischen Consultingfirma Socialsquare im dritten Kapitel geht hervor, dass Offenheit und das aktiv gewollte Mitwirken unterschiedlicher Akteure das wesentlich Andere an den neuen Designpraktiken im Vergleich zu früheren Herangehensweisen ist. In der Wirtschaft wird dieser partizipative Aspekt zum wichtigen Instrument, um mit dem zukünftigen Nutzer in Beziehung zu treten und über die Entwicklung seiner Bedürfnisse zur Weiterentwicklung des eigenen Angebots informiert zu sein. Aus neutraler Perspektive betrachtet birgt diese Vorgehensweise der Cocreation oder des Co-Designs die beste Möglichkeit, im Kollektiv neue Lösungsansätze zu entwickeln. An den jeweiligen Gestaltungskontext angepasst, ergibt sich die Möglichkeit des aktiven Austausches mit den Menschen, für die das Endergebnis des Prozesses gedacht ist oder die dazu in Bezug stehen. Diese Partizipationsmöglichkeit eröffnet innerhalb des Designprozesses einen neuen Erkenntnisraum, der in der Interaktion mit der Zielgruppe bzw. den vom Ergebnis des Designprozesses berührten Akteuren zu einer sehr viel genaueren Einschätzung der zu bedienenden Bedürfnisse führt als vorher.

Genau in dieser partizipativen Eigenschaft ist der Designprozess, der in dem Tool des Design-Thinkings zur Anwendung kommt, prädestiniert für gesellschaftliche Veränderungsprozesse. Er bietet Raum für die Verhandlung des besten Lösungsansatzes in der Gemeinschaft. Diese Lösungsansätze können potentiell alles enthalten. Es wird hier davon ausgegangen, dass jeder Mensch ein Designer ist. Er wird befähigt und ermutigt aktiv zur Verbesserung der eigenen Situation beizutragen.

Im Sinne der derzeitigen informativen Gestaltungsebene bildet das Designobjekt der neuen Designpraktiken ein bestimmtes Erlebnis. Aus kritischer Sicht, mit Bezug auf die wirtschaftliche Einbettung des Designs, kann

man auch hier wieder von der Gefahr einer Ökonomisierung des Immateriellen sprechen. Im Verständnis des Designprozesses als abstrakten Problemlösungsprozess geht es jedoch um die lösungsorientierte Formulierung einer geteilten Vision oder eines gemeinsamen Wunsches, die oder der zur Verbesserung der Lebenswelt beitragen soll.

In der Ausarbeitung eines solchen visionären Ziels, findet die Loslösung von derzeitig behindernden Strukturen statt. Es wird ein Möglichkeitsfenster eröffnet, aus dem heraus in einem iterativen Prozess die unterschiedlichen Hindernisse in einen veränderten Zusammenhang gesetzt und gelöst werden können. Ist dies nicht möglich, wird nach Alternativen gesucht, die als neue Lösungsaspekte in den Prozess integriert werden. Ein Beispiel dafür könnte der Umgang mit der Frage nach der Betreuung und Integration alternder Menschen vor dem Horizont einer insgesamt alternden Gesellschaft sein.

Geht man diese Frage nach dem gewöhnlichen Verständnis von Betreuung an, die das Bild vieler alternder Menschen in vereinzelt Wohnungen heraufbeschwört, nimmt dieses Problem schnell unlösbar Dimensionen an. Wie sollen so viele Menschen an so vielen unterschiedlichen Orten in eine Gemeinschaftsform integriert werden? Betrachtet man aber die Senioren nicht ausschließlich als Aufwandsverursacher, sondern als Menschen, deren gesellschaftlicher Beitrag nach wie vor gewollt ist ergibt sich ein anderes Bild. Eine Idee, die aus so einem Perspektivwechsel entstehen kann, ist zum Beispiel jene des generationenübergreifenden Wohnens. Hier wohnen ältere Menschen in einem Wohnkomplex mit Menschen gemischten Alters zusammen und übernehmen nach wie vor Aufgaben, wie beispielsweise die der Kinderbetreuung. Hier hat eine Änderung der Betrachtungsweise zu einem völlig anderen „disruptiven“ Lösungsansatz geführt.

Als „disruptiv“ werden Ideen oder Lösungsansätze verstanden, die sich in ihrer Andersartigkeit deutlich von den vorherigen Problem verursachenden Handlungsweisen unterscheiden. Sie sind das Produkt der im zweiten und dritten Teil Zusammenhang mit dem Designprozess beschriebenen, abduktiven Denkweise, die nach Lösungen außerhalb der gewohnten Sphären sucht. Zur Umgestaltung der heutigen Gesellschaftsstruktur werden Herangehensweisen benötigt, die ebendiese kollektive Auseinandersetzung mit bestehenden Strukturen ermöglichen und gleichzeitig das Instrumentarium bieten, daraus grundsätzlich andere, anwendbare Lösungsansätze zu entwickeln.

Die neuen Designpraktiken können, im Sinne des Design for Social Innovation angewendet, als eben solche Herangehensweisen verstanden werden. Sie helfen im Aufbau andersartiger Strukturen, die im Gegengewicht

zur Funktionsweise des Netzwerks stehen. Sie tragen auf diese Weise dazu bei herauszufinden, welche Art von Lebensweisen und Konventionen für ein ausgeglichenes Zusammenleben in der vernetzten Welt notwendig sind.

Um im Sinne der Künstlerkritik nach Boltanski und Chiapello zu wirken, können die Designpraktiken zur Unterstützung neuartiger Initiativen und Strukturen eingesetzt werden, die sich zur Realisierung der von den Autoren genannten systemisch notwendigen Veränderungen bilden. Sie handeln damit aus der Perspektive des Designs for Social Innovation, welches dem Design die Rolle einer „Hebamme“<sup>29</sup> bei der Geburt eines anderen Gesellschaftsmodells zuweist.

In einer solchen Ausrichtung kann das Design als vermittelnde Schlüsselfigur zwischen Ökonomie und Gesellschaft einen Ausgleich zwischen den beiden Systemen herstellen, bei dem der Mensch als Richtungsweiser im Mittelpunkt steht. Es versteht die Künstlerkritik mit dem Instrumentarium einer konstruktiven Kritik, die in der Aushandlung des richtigen Maßes an Individualität zu einer Begrenzung des Marktes bei gleichzeitiger Entwicklung sozialer Chancengleichheit führen kann.

1 Luc Boltanski und Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK, 2003, S. 248	11 Ebd., S. 479	21 Ebd., S. 510, Z. 2
2 Vgl. ebd., S. 451	12 Ebd., S. 506	22 Vgl. ebd., S. 509f
3 Vgl. ebd., S. 452	13 Vgl. ebd., S. 507	23 Vgl. ebd., S. 478
4 Vgl. ebd., S. 383	14 Vgl. ebd.	24 Vgl. ebd., S. 477f
5 Vgl. ebd., S. 384	15 Ebd., S. 507, Z. 33	25 Ebd., S. 511, Z. 31
6 Ebd. S. 71	16 Ebd.	26 Vgl. ebd., S. 511
7 Vgl. ebd., S. 151	17 Ebd., Z. 34	27 Vgl. ebd., S. 512f
8 Ebd., S. 450	18 Vgl. ebd., S. 508	28 Martin Christensen: What is social design?, 2011 , online verfügbar, zuletzt geprüft am 03.05.2017
9 Ebd., S. 391	19 Vgl. ebd.	29 Ezio Manzini: Design, When Every- body Designs, Cambridge MA: MIT Press, 2015, S. 69
10 Vgl. ebd., S. 445	20 Vgl. ebd., S. 509	

## Design zwischen Prozessgestaltung und Formgebung

Der vorliegende Text hat eine umfassende Sicht über die Entwicklung des Designs im Spannungsfeld zwischen kapitalismusedienlichem Gestaltungsmittel und kapitalismuskritischem Sprachrohr gegeben.

Das Design entspricht in dieser Doppeldeutigkeit der Struktur der Künstlerkritik, die Boltanski und Chiapello als eine Ausprägung der Kapitalismuskritik in ihrer Studie „Der neue Geist des Kapitalismus“ ausgearbeitet haben. Diese Kritik orientiert ihre Ausrichtung gegenüber dem Kapitalismus an dem Grad an Freiheit und Authentizität, den das jeweilige aktuelle kapitalistische System dem Menschen bietet. Ähnlich verhält es sich mit dem Design. Ganz gleich, ob es Gestaltungsmittel im ökonomischen Zusammenhang oder aber dokumentierender Ausdruck einer kritischen Haltung ist, stellt es doch den Menschen in den Mittelpunkt seiner Aufmerksamkeit. In ihrer derzeitigen Ausformung entspricht die Forderung der Künstlerkritik nach individueller Freiheit und Authentizität der Begrenzung einer weiteren Ausbreitung der kapitalistischen Strukturen. Damit einher geht die Unterstützung sozialer Chancengleichheit, die durch die Auswirkungen des momentanen Systems beeinträchtigt wird.

Das Design kann dazu eingesetzt werden Projekte zu etablieren, die entsprechend dieser Forderungen neuen Lösungen herbeiführen können, um ein Gegengewicht zur momentanen Situation zu schaffen. Es wirkt auf diese Weise als konstruktive Kritik anhand derer sich neue Wertemuster entwickeln können.

Diese konstruktive Wirkungsweise des Designs ist jedoch nur dann möglich, wenn es seine eigene Funktionsweise den aktuellen Mechanismen seiner Grenzbereiche Wirtschaft, Technik und Gesellschaft anzupassen weiß. Aus diesem Zusammenhang ergeben sich die neuen Designpraktiken, die sich in einer Anpassung des Entwerfens an die informativen Strukturen zeigen, die heute sowohl unsere Wirtschaft als auch das gesellschaftliche Leben maßgeblich beeinflussen.

Die neuen Designpraktiken erweitern das Anwendungsfeld des Designs von der objekthaften Gestaltung um eine immaterielle Ebene der sozialen Interaktion. Der Disziplin, die sich eine Einflussnahme in dieser Qualität lange erträumt hat, bietet sich damit die Chance in einem völlig neuen Anwendungsgebiet wirksam zu werden.

Während die Disziplin in der Gestaltung von Objekten auf eine lange Tradition und mittlerweile konsolidierte Ausbildung zurückblicken kann, eröffnet die Übertragung ihrer Methoden auf das Soziale einen noch leeren Raum des immerwährenden Experiments. Wie Manzini in seinen Ausführungen zum Design for Social Innovation richtig darlegt, ist der Designer gezwungen seine Vorgehensweise in die Dynamik offener sozialer Entwicklungsprozesse einzuordnen, die die Ausbildung völlig neuer Fähigkeiten erfordern, um an dieser Stelle zu wirksamen Ergebnissen zu kommen. Des Weiteren muss er die Kräfteverhältnisse dieser Welt verstehen und einschätzen lernen, um sich seiner Rolle und Wege der Einflussnahme als Gestalter erneut bewusst zu werden. Die Komplexität dieses neuen Feldes birgt die Gefahr in sich, den Wirkungsraum des Designs auf die Ausgestaltung sozialer Infrastrukturen zu fokussieren und die Verbindung zur gegenständlichen Welt zu verlieren. Jedoch gerade die Verbindung aus geistig-konzeptioneller Auseinandersetzung und angewandter Intervention ist es, worum das Design von manch geisteswissenschaftlicher Disziplin beneidet wird. In einer Zeit, in der die Operationalisierung des Designprozesses potentiell jeden im Entwurf von Konzepten auszubilden vermag, sticht die Verbindung des Designs zum Formgebenden heraus.

Hat das Design die letzten Jahrzehnte während für die Anerkennung seiner systemischen Reichweite gekämpft, wie es exemplarisch an Rittels Ausführungen erkennbar ist, muss es sich heute die Frage stellen, wie es diese beiden Ebenen in der Praxis miteinander verbinden will. Denn bei allen theoretischen Überlegungen ist eine Lösung am Ende immer nur dann wirksam, wenn es ihr gelingt, sich in der angewandten Welt zu etablieren.

# Quellen- und Literaturverzeichnis

Luc Boltanski, Eve Chiapello: Der neue Geist des Kapitalismus, Konstanz: UVK 2003.

Tim Brown: Change by Design.,Wie Design Thinking Organisationen verändert und zu mehr Innovation führt, München: Vahlen 2016.

Bernhard E. Bürdek: Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Basel: Birkhäuser 2005

Dung-Sheng Chen , Lu-Lin Cheng et alt.: "Social Design: An Introduction 2016", in: *International Journal of Design* Vol. 10, No. 1, 2016, S. 1-5, online verfügbar unter <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/viewFile/2622/719>; zuletzt geprüft am 07.10.2017

Martin Christensen: What is social design?, 2011 auf <http://socialsquare.dk/2011/11/10/what-is-social-design/>; zuletzt geprüft am 03.05.2017

Designlexikon.net: Stichwort „Deutscher Werkbund“, <http://www.designlexikon.net/Fachbegriffe/D/deutscherwerkbund.html> zuletzt geprüft 23.02.17

Kees Dorst: " The Nature of Design Thinking", in: Conference Proceedings of DTRS8 Interpreting Design Thinking: Design Thinking Resreach Symposium Proceedings, 2010, S. 131-139

Melissa Edwards, Danielle Longue, et alt.: "Towards an Understanding of Open Innovation in Services: Beyond the Firm and Towards Relational Co-creation", in: Renu Agarwal , Willem Selen et. al. (Hg.): *The Handbook of Service Innovation*. London: Springer 2015, S. 75-90

Jesko Fezer: "A Non-Sentimental Argument. Die Krisen des Design Method Movement 1962-1972", in Daniel Gethmann, Susanne Hauser (Hg.): *Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science*, Bielefeld: transkript 2009, S. 287-304

Reinhard Geissbauer, Volkmar Koch et alt.: *Industrie 4.0, Chancen und Herausforderungen der vierten industriellen Revolution*, 2017, online verfügbar unter <http://www.strategyand.pwc.com/media/file/Industrie-4-0.pdf>; zuletzt geprüft am 30.03.2017

Jessica Haas: *Beziehungen und Kanten*, 2010, in: Roger Häußling, Christian Stegbauer (Hg.) *Handbuch Netzwerkforschung, Netzwerkforschung Bd. 4*, Wiesbaden: Springer 2010, S. 88-98

Roger Häußling: *Relationale Soziologie*, 2010, in: Roger Häußling, Christian Stegbauer (Hg.) *Handbuch Netzwerkforschung, Netzwerkforschung Bd. 4*, Wiesbaden: Springer 2010, S. 63-87

Roger Häußling, Christian Stegbauer: Einleitung in das *Handbuch Netzwerkforschung*, in: Roger Häußling, Christian Stegbauer (Hg.) *Handbuch Netzwerkforschung, Netzwerkforschung Bd. 4*, Wiesbaden: Springer 2010, S. 13-16

Wolfgang Kemp: *John Ruskin 1819-1900. Leben und Werk*, Frankfurt a.M.: Fischer 1987

Ezio Manzini: *Design, When Everybody Designs, An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge MA: MIT Press, 2015

Christoph Meinel et alt.: *Design Thinking Live-Eine Einführung*, in: Meinel, Ch. (Hg.) (2015): *Design Thinking live; Wie man Ideen entwickelt und Probleme löst*, Hamburg, Murmann Publishers, 2015

Yana Milev: "Der erweiterte Designbegriff in einer kulturwissenschaftlichen Verortung", in: Yana Milev (Hg.): *Design Kulturen. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfsfeld der Kulturwissenschaften*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2013, S. 11-31

Horst Rittel: "Reflections on the Scintific and Political Significance of Decision Theory", 1963, in: Jean-Paul Protzen et al. (Hg.): *The Universe of Design. Horst Rittel's theories of design and planning*, Oxon: Routledge 2010, S. 23-39

Horst Rittel: "Seminar 1: Modes of Innovation", 1964, in: Protzen, J.-P. et al. (Hg.): *The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning*, Oxon: Routledge 2010, S. 47-52

Horst Rittel: "Seminar 7: Design", 1964, in: Protzen, J.-P. et al. (Hg.): *The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning*, Oxon: Routledge 2010, S. 95-105

Horst Rittel: "On the Planing Crisis", 1972, in: Protzen, J.-P. et al. (Hg.): *The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning*, Oxon: Routledge 2010, S. 151-165

Horst Rittel: *The Reasoning of Designers*, 1987, in: Protzen, J.-P. et al. (Hg.): *The Universe of Design, Horst Rittel's theories of design and planning*, Oxon: Routledge 2010, S. 187-195

Gerd Selle: *Die Geschichte des Designs in Deutschland von 1870 bis heute, Entwicklung der industriellen Produktkultur*, Köln: DuMont 1978

Marc Strickdorn, Jakob Schneider: *This is Service Design Thinking.*, Hoboken, New Jersey: Wiley, 2011

Mauricio Vianna, Ysmar Vianna et alt.: *Design Thinking. Innovation im Unternehmen*, Berlin: Logos, 2014

Wörterbuch der philosophischen Begriffe, Philosophische Bibliothek Band 500, Hamburg: Meiner 1998

Wikipedia: Stichwort „Arts and Crafts Movement“, Version vom 22.11.2016, 11:47, abrufbar unter [https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Arts\\_and\\_Crafts\\_Movement&oldid=159949456](https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Arts_and_Crafts_Movement&oldid=159949456)

Wikipedia: Stichwort „Dotcom-Blase“, Version vom 27.02.2017, 11:47, abrufbar unter <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Dotcom-Blase&oldid=163063670>

Wikipedia: Stichwort „John Ruskin“, Version vom 06.02.1017, 00:27, abrufbar unter [https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=John\\_Ruskin&oldid=162358409](https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=John_Ruskin&oldid=162358409)

Wikipedia: Stichwort „Moderne“, Version vom 10.02.2017, 19:47, abrufbar unter <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Moderne&oldid=162511488>