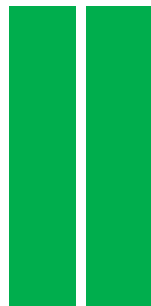


TEIL



1	MARTIN ZIMPER	DESIGN UND DRAMA: EIN ZUSAMMENHANG	S.278
2	FRANCIS MÜLLER	DESIGNETHNOGRAFIE ALS «SCHMUTZIGE» PRAXIS	S.284
3	NICOLE FOELSTERL	DESIGNING IN RELATIONS: AUFTAKT ZU EINER KOLLABORATIVEN DESIGNAUSBILDUNG	S.292
4	ROMAN KIRSCHNER, KARMEN FRANINOVIĆ	ZUR INTERAKTION MIT EINER KOMPLEX VERFLOCHTENEN UMWELT	S.301
5	KARIN SEILER	HALTUNG AKTIVIEREN	S.307


DE

DESIGN UND DRAMA: EIN ZUSAMMENHANG


TEXT 1

MARTIN ZIMPER


DRAMA


Der dramatische Kern einer guten Geschichte, von Aristoteles über Dürrenmatt bis hin zu Suter, sind Protagonist*innen, die über «auslösende Ereignisse» stolpern, ihr Gleichgewicht verlieren, Schwellen überschreiten und eine tiefe Form von Wandlung und Transformation durchleben. 

Die am Ende verwandelten Charaktere verändern die eigene Gesellschaft, eine Community, ihre Familie, eine Institution oder ein Unternehmen. Das im Laufe ihres Abenteuers gefundene «Elixier» der Erkenntnis verwenden sie nicht etwa zu ihrem eigenen Vorteil, sondern für das Überleben ihrer Gemeinschaft. Der durch widrige Umstände verwandelte Mensch opfert sich für andere auf. Ende der Geschichte. Nur in der klassischen Tragödie variiert dies: Ein Protagonist, der sich angesichts «auslösender Ereignisse» nicht verändern kann, schaufelt sich sein eigenes Grab und geht unter.


Das Publikum erkennt sich in Figur und Schicksal wieder, identifiziert sich mit der Hauptperson und erlebt nach Konsumation des jeweiligen Dramas innere «Katharsis», ein emotionales Rumoren als reinigende Reaktion der Seele. 

Joseph Campbell hat in seinem Werk «Der Heros in tausend Gestalten» Mythen, Sagen und Religionen auf eine gemeinsame Struktur untersucht und gemeinsame Stationen sowie Archetypen gefunden. Christopher Vogler

(«The Writer's Journey») hat Campbells Erkenntnisse auf erfolgreiche Hollywood-Blockbuster angewendet. 


Syd Field präsentierte in «Screenplay – The Foundation of Screenwriting» die klassische 3-Akte-Struktur als goldene Regel: erster Akt Einführung, zweiter Akt Konfrontation, dritter Akt Lösung, dazwischen «Plot Points» als auslösende Ereignisse. Fields Hollywood-Theorie fußt auf altem deutschem und britischem Theaterwissen, im 19. Jahrhundert zusammengefasst von Gustav Freytag («Die Technik des Dramas», erstmalig erschienen 1863). 


ARCHETYPEN


Archetypen wie «Schwellenhüter», «Mentor», «Schatten» oder «Trickster» finden sich nicht nur in Campbells Arbeiten, sondern ebenso in der Märchenanalyse von Vladimir Propp («Morphologie des Märchens», erschienen 1928) sowie in der Archetypenlehre der analytischen Psychologie von C.G. Jung. 


Gemäß Jung sind die Archetypen starke Hinweise auf das allen Menschen gemeine «kollektive Unbewusste».


Was Vogler und Campbell als «Heldenreise» bezeichnen, ist für C.G. Jung der Individuationsprozess des einzelnen Menschen. Je-

 Lajos Egri, *The Art of Dramatic Writing: Its Basis in the Creative Interpretation of Human Motives* (New York: Touchstone, 1960).

 Aristoteles, *Poetik*, Hg. Otfried Höffe (Berlin: Akademie Verlag, 2009).

 Joseph Campbell, *Der Heros in tausend Gestalten* (Frankfurt: Insel Verlag, 1999); Originaltitel: *The Hero with a Thousand Faces*. Christopher Vogler, *The Writer's Journey: Mythic Structures for Writers*, 3. Auflage (Studio City, CA: Michael Wiese Productions, 2007).

 Syd Field, *Screenplay: The Foundation of Screenwriting* (New York: Dell Publishing, 1984); Gustav Freytag, *Die Technik des Dramas* (Berlin: Autorenhaus, 2003); vgl. John Yorke, *Into the Woods: How Stories Work and Why We Tell Them* (London: Penguin Books, 2013).

 Vladimir Propp, *Die Morphologie des Märchens* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1975); C. G. Jung, *Archetypen* (München: dtv, 2015).

der Mensch entwirft für sich ein inneres «Life Script», das im Laufe des Lebens auch verändert wird, und orientiert sich an «Landmark Events» – ähnlich wie der klassische filmische Held gemäß Robert McKee sich an «inciting incidents» abkämpft. ^{⌈⌋}_{⌈⌋}

Gute Erzählungen enthüllen den Jung'schen Individuationsprozess eines Protagonisten, mit dem das Publikum mitfühlt und dabei etwas spürt, das auch in ihm selbst vorhanden beziehungsweise gefährdet ist oder wächst. Große Stoffe zeigen Figuren, die ihre äußeren Masken ablegen und ihr innerstes Selbst finden. Sie gewinnen «Echtheit» und «Beziehungsfähigkeit» – wie sich C.G. Jung dies auch für seine Klienten gewünscht hat.

Eine der klassischen Autorenregeln besagt, dass am Ende eines guten Dramas etwas universal Wahres und kollektiv Menschliches steht. «Tell the truth!» sollte eine moralische Grundregel für Autor*innen sein, sagt Robert McKee. Könnte man diese Regel auch auf die Designzunft anwenden, die gerne den Begriff «Autor-schaft» im Wappen führt?

DESIGN

In ihrem Akt des Entwerfens einer eigenen Welt sind Designer der Schriftstellerin oder dem Drehbuchschreiber nahe. Sie entwerfen Produkte, Räume, Kommunikationslinien, Ideen oder Ausstellungskonzepte.

Friedrich von Borries definiert Design als «das planvolle – also absichtliche, vorsätzliche, zielorientierte – Gestalten von physischen und virtuellen Gegenständen, Innen- und Außenräumen, Information und sozialen Beziehungen.» Die Stoffentwicklung einer «Storyworld» oder einer «Story Bible» könnte man ähnlich definieren. ^{⌈⌋}_{⌈⌋}

Vilém Flusser sieht nicht nur Designer*innen im Speziellen, sondern Menschen ganz allgemein als «entwerfend». Das zentrale Element der Menschwerdung, so Flusser, sei das Entwerfen. «Der Mensch stellt die Welt nicht mehr als ihm gegeben dar, sondern eher als von ihm entworfen, und sich selbst nicht mehr als dem Gegebenen unterworfen, sondern als sich entwer-

fend.» ^{⌈⌋}_{⌈⌋} Der Mensch, so Flusser weiter, sieht sich heute nicht als unterworfenen Subjekt, sondern als entwerfendes Projekt, das nach vorne schaut und sich entwerfend befreit.

Autor*innen entwerfen in jedem Werk eigene Welten mit bestimmten Regeln und moralischen Haltungen. Sie entwerfen diese absichtlich und zielorientiert. Ihre Welten enthalten Physisches und Virtuelles, Innen- und Außenräume sowie soziale Beziehungen.

In der klassischen 3-Akte-Struktur nach Syd Field oder im Modell der Reise des Helden nach Christopher Vogler werden mindestens zwei unterschiedliche Welten entworfen: jene der «gewöhnlichen, normalen Welt» im ersten Akt, in der sich der Protagonist zu Hause fühlt und deren Räume und Gesetze er kennt. Und jene «andere, spezielle Welt», welche die Hauptperson mit dem Beginn des zweiten Aktes betritt: Sie ist eine ihr bisher unbekannte Umgebung voller neuer Spielregeln, unbekannter Menschen, noch nie gesehener Räume, erstmals gehörter Ansichten und Befindlichkeiten sowie zunächst nicht klarer moralischer Dimensionen.

STORYDESIGN

Indem der Held im zweiten Akt eine neue Welt betritt, tritt er auch in einen «semantischen Raum» (ein Begriff des russischen Literaturwissenschaftlers Jurij Lotman), der sich grundlegend von der Welt des ersten Aktes unterscheidet. ^{⌈⌋}_{⌈⌋}

Literarische oder filmische Räume stehen für Werte und Werthaltungen. Diese Haltungen werden von den im jeweiligen Raum agierenden Figuren, aber auch von Farben, Symbolen oder

^{⌈⌋}_{⌈⌋} Robert McKee, *Story: Die Prinzipien des Drehbuchschreibens* (Berlin: Alexander Verlag, 1997).

^{⌈⌋}_{⌈⌋} Friedrich von Borries, *Weltentwerfen: Eine politische Designtheorie* (Berlin: Suhrkamp Verlag, 2016).

^{⌈⌋}_{⌈⌋} Vilém Flusser, *Lob der Oberflächlichkeit: Für eine Phänomenologie der Medien*, Band 1 von *Schriften*, Hgg. Edith Flusser und Stefan Bollmann (Mannheim: Bollmann, 1995), 307.

^{⌈⌋}_{⌈⌋} Jurij M. Lotman, *Die Struktur literarischer Texte* (München: UTB, 1993).

Ausstattungsdetails repräsentiert. Raum, Ausstattung und symbolhaftes Beiwerk unterstreichen die grundlegenden Werte der dem Helden eigenen Welt. Kino und Fernsehen erschließen Geschichten nicht nur über Personen, Dialoge, Aktionen und Reaktionen, sondern eben auch über semantisch aufgeladene Räume.

Eine klassische Geschichte beginnt, wenn ein Charakter aus dem ersten semantischen Raum in einen zweiten aufbricht, seine Werthaltungen und Symbole einbringt und in der neuen Welt (Vogler nennt sie «Special World») auf Widerstände stößt. Dort erst beginnt die Transformation des Helden.

Autoren und Autorinnen waren immer schon einsame «Weltenentwerfer*innen». Die arbeitsteilig organisierte Film-, Fernseh-, Game- und Transmediaindustrie entwirft, gestaltet und produziert ihre jeweilige «Storyworld» im Team. ☞

WELTENTWURF

Die Begriffe «Storyworld» und «Weltentwurf» können sowohl in der fiktionalen Geschichtenwelt als auch im dokumentarischen und journalistischen Genre angewendet werden.

In der fiktionalen Welt entwirft die Autorin ihre eigene Welt und definiert Menschen, Landschaften, Mode und Kultur, Politik und Naturgesetze. Wenn in der fiktionalen Welt beispielsweise Tiere mit Menschen sprechen können, ist das die Wahrheit und die Realität dieser Welt.

Im journalistisch-dokumentarischen Bereich entwickelt der Autor oder die Gestalterin über die Wahl von Personen, Räumen und Symbolen eine eigene Storyworld für die jeweilige Produktion. Sollte der Journalist selbst vor die Kamera treten, hat er auch für sich selbst eine Maske und Dramaturgie zu entwickeln, um eine öffentliche «Persona» (nach C.G. Jung) zu werden.

Journalistinnen oder Filmemacher konzentrieren sich gerne auf Protagonist*innen, die von äußeren Ereignissen herausgefordert werden und trotz eines inneren Dilemmas schicksalhafte Entscheidungen treffen müssen. Sie schlagen dem existenziellen Tod ein Schnippchen, verändern sich und überleben. In der Rezeption einer dramatischen Geschichte bietet

sich dem Publikum die Chance, sein eigenes inneres Dilemma und seine eigene Veränderung und Transformation zu reflektieren. Wer anderen beim Überleben zusieht, sieht sich selbst beim Überleben zu. ☞

ÜBERLEBEN

Der Designtheoretiker Friedrich von Borries nennt dieses Handeln «Überlebensdesign»: «Der Mensch gestaltet, um zu überleben.» ☞ Für von Borries bedeutet Überlebensdesign, «nicht die Hoffnung zu verlieren, nicht aufzugeben, sondern dem Tod, den zivilisatorischen und natürlichen Katastrophen, den sozialen Missständen und politischen Krisen etwas entgegenzusetzen – den Willen, die Welt zu einem besseren Ort zu machen.» ☞ Und weiter: «Überlebensdesign hilft dem Menschen, in Situationen zu überleben, in denen er eigentlich nicht überleben kann.» ☞

Autoren und Autorinnen sind Überlebensdesigner*innen. Ihre Figuren werden zu Helden, wenn sie Situationen oder Katastrophen überlebt haben, in denen die Wahrscheinlichkeit, heil davonzukommen, gering war.

Von Borries geht noch ein dramatisches Stück weiter. Überlebensdesign produziere Angst, formuliert er, dann nämlich, wenn Katastrophenszenarien und errechnete, analysierte lebensbedrohliche Situationen als Bedrohung des Status quo angesehen werden. Angst wird hier produziert, um das Denken und Fühlen der Menschen zu kontrollieren.

Angst – sei sie auch nur imaginiert – ist für den Entwurf dramatischer Figuren ein gutes Hilfsmittel.

Zahlreiche Tragödien und Komödien – von Tschechows «Kirschgarten» bis zu Woody Allens «Stadtneurotiker» – handeln von Menschen, die eine Katastrophe nur imaginieren

☞ Marie-Laure Ryan, Hg., *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling* (Lincoln: University of Nebraska Press, 2004).

☞ Linda Aronson, *The 21st Century Screenplay: A Comprehensive Guide to Writing Tomorrow's Films* (Los Angeles: Silman-James Press, 2010).


☞ von Borries, *Weltentwerfen*, 41.

☞ Ibid., 48.

☞ Ibid., 49.



oder ein vergangenes Ereignis falsch einordnen und deshalb in innerer Angst oder Trauer weiterleben oder eine schreckliche Zukunft vorhersehen und fürchten.

SELBSTDESIGN

Indem sie die sozialen Beziehungen ihrer Figuren gestalten und die Identität einer Gesellschaft definieren, sind Literaten*innen und Dramatiker*innen auch «Gesellschaftsdesigner*innen». Eine Gesellschaft ist an repräsentativen Bauten genauso erkennbar wie an Kleidung, Objekten, Symbolen und Ritualen sowie in Stadtplanung und Wohnformen, kurz: am Design. Design repräsentiert gemäß von Borries Machtstrukturen oder «stellt Ausrüstungsgegenstände für den Glück versprechenden Lebensstil zur Verfügung».  Ziel guten Designs sollte aber sein, Gesellschaft zu entwerfen, nicht Gesellschaft zu unterwerfen, formuliert von Borries.

Umgekehrt und in seiner Sprache ergänzt gilt: Das Ziel guter Dramen ist, Welten zu entwerfen und so die pragmatische Utopien temporär sinnlich erfahrbar machen. Das Ziel eines Dramas ist es nicht, die Welt zu verändern, sondern einzelnen Menschen (dem Zuseher, der Leserin oder dem User) eine imaginierte Möglichkeit für einen Moment zur inneren Wirklichkeit werden zu lassen.

Das höchste Ziel eines Dramas wäre im Sinne der aristotelischen Katharsis, dass der Mensch angesichts eines Dramas über sich selbst nachdenkt, um sich im Nachklang selbst anzuschauen und neu zu entwerfen.

Dieses höchste Ziel darf man auch von gutem Design erwarten. Friedrich von Borries spricht von «Selbstdesign»: «Nicht nur das Leben, auch das eigene Selbst wird gestaltet. Die Selbstgestaltung und -veränderung ist die Hauptaufgabe des westlichen Menschen der Gegenwart.»  Peter Sloterdijk diskutiert dies in seinem Buch «Du musst dein Leben ändern» 2009 ausführlich auf philosophischer Ebene. 

Für von Borries sind Selbsterfahrung und Sinnstiftung wesentliche Bestandteile psychomentalen Selbstdesigns. Er spricht vom porösen Menschen, der ein Selbst hat, das nicht abge-

schlossen, sondern in sich beweglich ist, «offen für Transformationen und Vernetzungen». Der poröse Mensch akzeptiert sich als Mängelwesen, das sich zu entwerfen sucht, ohne sich auf ein Ergebnis festzulegen.

DESIGNTES DRAMA

Im Sinne von C.G. Jung kann man argumentieren, dass designtes Drama und dramatisches Design dem Einzelnen hilft, den eigenen Jung'schen Individuationsprozess voranzutreiben.

Dramatische Geschichten helfen dem porösen Menschen, am Selbst zu arbeiten, unterwerfen es aber nicht einer ordnenden Strenge, sondern geben dem Selbst Freiheit zur Entwicklung.

Storydesign wirkt in Zuhörerinnen, Lesern und Zuschauerinnen weiter und hilft mit, neue Möglichkeiten der eigentlichen, realen Welt zu entwerfen. Dramatisch aufgeladenes «storified» Design hilft somit, neue Möglichkeiten der eigentlichen, realen Welt zu entwerfen.

DRAMATISCHES DESIGN

Die japanische Designerin Hiroko Shiratori entwirft «narrative-based design». Sie arbeitet unter anderem für die australische Kosmetikfirma Aesop, eine «storified company». In ihrem Newsletter berichtet die Firma nahezu nichts über ihre eigenen Produkte, sondern erzählt über Menschen, Städte, Kunst und Bücher. Auf die Verpackung druckt Aesop Sprüche von Philosophen wie Marcel Proust.

«Design Fiction» als Begriff meint, dass einerseits Designer Gesellschaft und Technologien spekulativ beobachten und auf dieser Basis spekulative, visionäre Produkte und Prototypen entwerfen, und andererseits Autorinnen in Texten Produkte, Maschinen und Räume entwerfen. Der Science-Fiction-Autor Bruce Sterling prägte 2005 den Begriff «Design Fiction».



Ibid., 85.

Ibid., 93.

Peter Sloterdijk, *Du musst dein Leben ändern: Über Anthropotechnik* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2009).

Umberto Eco, zitiert in Alex Coles, Hg., *EP Vol. 2: Design Fiction* (Berlin: Steinberg Press, 2016), 13.

Umberto Eco spricht von «Quality Fiction» und formuliert: «Quality fiction always says something about reality.» ☞ Für «Design Fiction» sollte Ähnliches gelten: Ein gutes, qualitativ voll designtes Produkt sagt etwas Realitätsnahes über die Welt, in der es entstanden ist und benutzt werden soll. ☞

Designer*innen und Autor*innen sind in ihren Werken Weltentwerfer*innen und Weltinterpret*innen.

EXPERIENCE ECONOMY

Im zweiten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts setzt die Wirtschaft auf «Experience Economy», die Erlebnisse und Erfahrungen verkauft, um Emotionen und Erinnerungen zu wecken. Während und nach einer solchen Erfahrung kreieren die User, Zuseherinnen oder Kunden größere Bedeutungszusammenhänge und Erinnerungen, als es das Einzelerlebnis in der Realität war.

«Experience Economy» verändert die Art und Weise, wie Unternehmen Produkte designen und anbieten. So wird aus einem «Food Court» ein Erlebnisparcours, in dem einzelne Zutaten oder Menügänge in einen dramaturgischen Ablauf eingebunden sind. Küchen- und Servicepersonal führen eine Art Stück vor, das von den Kundinnen als sehr persönliches Erlebnis wahrgenommen wird. Käufer*innen sind nicht Klient*innen, Kund*innen oder User*innen, sondern Gäst*innen. Sie suchen keine Vorteile, sondern Sensationen. Sie sind – wie die Angestellten auch – Darsteller*innen in einem «scripted drama». Zu einem Cafeteria-Besuch beispielsweise gehören die Performance des Baristas, der Sound und die Gerüche des Kaffeemachens und die unterschiedlichen Stationen der Gästin beim Bestellen, Abholen und Konsumieren des Kaffees. Es handelt sich um «storified companies». ☞

Der Besuch eines Museums oder einer Ausstellung, der einwöchige Urlaub in einem Ferienort oder der Einkauf im Möbelhaus werden als archetypische emotionale Reise verpackt.

«Mediatektur» heißt eine junge Disziplin, die Medien, Raum und Interaktion als narrative, sinnstiftende Einheit verbindet. Media-

tektur gestaltet Installationen, Ausstellungen und Produktpräsentationen wie eine klassisch strukturierte Geschichte durch den Wechsel von Erzählmodi und den Einbau eines Spannungsbogens bis hin zu einem schlüssigen, emotional befriedigenden Ende. ☞

SINN STIFTEN

Ähnlich dem Protagonisten einer Story nimmt auch das bloße Produkt selbst Persönlichkeit und soziale Identität an und wird ein «storified product». Dem Produkt gegenüber verhält sich die Konsumentin oder der User wie eine Figur in einer 3-Akte-Struktur. Einführung, erster Akt: In der «viszeralen Phase» nähert sich der User dem Produkt mit einer Art «Bauchgefühl» an. Konfrontation, zweiter Akt: Der User wird mit dem Produkt konfrontiert, indem er es nutzt und verwendet. Auflösung, dritter Akt: Die Verwendung wirkt nach, das Produkt wird positiv oder negativ wahrgenommen, weitererzählt und empfohlen oder abgelehnt («reflektive Phase»).

Einführung, Konfrontation, Auflösung – auch Donald Normans «layers of user experience» folgen der klassisch-dramatischen Struktur. ☞

Christian Madsbjergs Buch über «The Power of the Humanities in the Age of the Algorithm» trägt das Hauptargument für designtes Drama und dramatisches Design im Haupttitel «Sense-making». ☞ Es ist wohl genau das, was Storydesign leisten kann: Sinn stiften, damit der Zuschauer, User, Verbraucher, die Zuhörerin oder Leserin über den eigenen, ganz persönlichen Weltentwurf reflektiert und das Überleben anderer mehr im Blick hat als das eigene Leben.



Vgl. Anthony Dunne und Fiona Raby, *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming* (Cambridge: MIT Press, 2013).



Thomas Gerace und Robert McKee, *Storynomics: Story-driven Marketing in the Post-Advertising World* (New York: Hachette Books, 2018).



Andrea Rostásy und Tobias Sievers, Hgg., *Handbuch Mediatektur* (Bielefeld: transcript, 2018).



Ellen Lupton, *Design is Storytelling* (London: Thames & Hudson, 2017), 60.






Christian Madsbjerg, *Sensemaking: The Power of the Humanities in the Age of the Algorithm* (New York: Hachette Books, 2017).

DESIGNETHNOGRAFIE ALS «SCHMUTZIGE» PRAXIS



TEXT 2

FRANCIS MÜLLER

Design bezieht sich auf etwas, von dem es sich differenzieren muss, weshalb Bruno Latour der Disziplin revolutionäre Kräfte zuschreibt. Denn «to design is always to redesign. There is always something that exists first as a given, as an issue, as a problem.»  Design hat immer Referenzpunkte in bestimmten lebensweltlichen Kontexten, über die Designerinnen und Designer anfangs in vielen Fällen noch wenig wissen. Daher ist Recherchieren jedem Designprozess inhärent. In der Designpraxis führen Recherchen oftmals zu projektspezifischen Wissensbeständen, die gebunden bleiben an die Person und allenfalls noch an das soziale Umfeld, das mit ihr interagiert.  Alain Findeli bezeichnet dies als *Recherche für Design* , die kein Gedächtnis hat. Sie beginnt mit jedem Projekt von Neuem und erhält kaum Akzeptanz in den Wissenschaften. Zudem basiert sie auf bestimmten Recherchepraktiken, die jedoch selten methodologisch reflektiert werden.

Design muss sich aber mit methodologischen Fragen auseinandersetzen und eigene Methoden wie die Designethnografie etablieren, wenn es ein *anschlussfähiges* Wissen erzeugen möchte. Die interdisziplinäre Anschlussfähigkeit ist notwendig, da Designerinnen und Designer *immer* an Schnittstellen zu anderen Disziplinen agieren: Design ist stets in einem heterogenen Feld von Disziplinen situiert, die

auf es einwirken; Beispiele sind die Sozialpsychologie, Technikwissenschaften, Soziologie, Verhaltensökonomie, Neurologie oder Geriatrie. Zugleich wirkt Design auf andere Disziplinen ein, zum Beispiel indem es deren Erkenntnisse materialisiert, adaptiert oder in bestimmte Systeme oder neue Kontexte überführt. Ein rein isoliertes Designprojekt ist nicht möglich.

Design braucht einen reflektierten Umgang mit Methoden, damit es sich von einer «illegitimen Kunst» zu einem legitimen Feld wissenschaftlicher Theorie und Forschung [...] wandeln»  kann. Die Anthropologin Lucy A. Suchman fordert, dass Design seinen Ort findet: «to locate itself as one (albeit multiple) figure and practice of change».  Dass diese Ortsfindung schwerfällt, hat auch historische Gründe: Design entstand im Zuge der Industrialisierung und war mit der Gestaltung von Produkten verbunden, die danach massenindustriell hergestellt wurden. In den 1960er-Jahren, die das *Design Methods Movement* hervorbrachten, wurden vermehrt theoretische und epistemologische Fragen des Designs thematisiert. In den 1970er-Jahren forderte Bazon Brock ein «Sozio-Design» und eine «Erweiterung

-
-  Bruno Latour, «A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)», Einführungsvortrag zur Konferenz *Networks of Design*, Design History Society, Falmouth, Cornwall, 03.09.2008, 5, abgerufen am 15.07.2019, brunolatour.fr/sites/default/files/112-DESIGN-CORNWALL-GB.pdf.
-  Claudia Mareis, «The 'Nature' of Design», in *Entwerfen – Wissen – Produzieren: Designforschung im Anwendungskontext*, Hgg. Claudia Mareis, Gesche Joost und Kora Kimpel (Bielefeld: transcript, 2010), 125.
-  Alain Findeli, «Die projektgeleitete Forschung: Eine Methode der Designforschung», in *Erstes Design Forschungssymposium*, Hg. Swiss Design Network (Zürich: Swiss Design Network, 2004), 41f., abgerufen am 11.05.2017, http://swiss-designnetwork.ch/src/publication/erstesdesignforschungssymposium-2004/ErstesDesignForschungssymposium_2004.pdf.

des Designbegriffs», der sich von der industriellen Produktion von Gütern emanzipieren und die Gestaltung von Lebensformen, Werthaltungen und sprachlichem Gestus fokussieren sollte. ^{⌘⌘⌘⌘} Zeitgleich wurden in Skandinavien partizipative Recherche- und Designansätze etabliert. ^{⌘⌘⌘⌘} In den 1980er-Jahren entstanden im Xerox Palo Alto Research Center in Kalifornien die «Workplace Studies», in denen ethnomethodologische Ansätze auf neue Technologien wie Kopiergeräte in Arbeitssituationen angewandt wurden. ^{⌘⌘⌘⌘} Ebenfalls in den 1980er-Jahren kam das *User-Centered Design* auf: Im Zentrum standen die Lebenswelt der Nutzerinnen und Nutzer und deren *Members' Point of View*, dem sich die Designethnografie mit Methoden wie Beobachtung vor Ort, informellen Gesprächen und Videoaufnahmen annäherte. Die Kulturosoziologin Yana Milev kritisiert, dass «der zweck- und funktionsverbissene Blick auf Design» ^{⌘⌘⌘⌘} das Design als Fortschrittmacher für Konsumgüter ideologisiere, und fordert «eine anthropologische und partizipatorische Designforschung» ^{⌘⌘⌘⌘}.

So heterogen diese Ansätze sind – von unternehmerisch-angewandt bis kritisch –, sie lassen sich einer Diskussion zuordnen, die als *Design Anthropology* ^{⌘⌘⌘⌘} oder mit methodischem Schwerpunkt als *Designethnografie* ^{⌘⌘⌘⌘} geführt wird. Diese Ansätze zeichnen sich unter anderem dadurch aus, dass das Design mit einer kulturalanthropologischen «Brille» betrachtet wird. Die Wirklichkeit ist demnach nicht einfach in einem ontologischen Sinne vorhanden, sondern sie wird gemacht, designt. Die Designethnografie ist eine Methode, die diese Bedeutungsnetze beschreibt und analysiert.

Herbert A. Simon zeigte mit seinem 1969 veröffentlichten Buch *The Science of the Artificial*, dass wir in einer künstlichen, menschengemachten Welt leben: Wir bewegen uns meist in Räumen, die eine künstliche Temperatur von ungefähr 20 Grad Celsius aufweisen, wir fügen künstlich Luftfeuchtigkeit hinzu oder nehmen sie weg. Und wenn wir unreine Luft einatmen, haben wir diese selbst produziert. ^{⌘⌘⌘⌘} Die ganz besonders in der Schweiz verbreitete Sakra-

lisierung der Natur ist eine kulturelle Konstruktion, die auf Jean-Jacques Rousseau und Johann Gottfried Herder zurückgeht. Dieses romantische Naturverständnis ändert jedoch erstaunlich wenig daran, dass wir Lichtschalter und Kühlschränke benutzen, Kleidung tragen, uns die Haare schneiden lassen, unsere Körper pflegen und modifizieren (durch bestimmte Ernährung, Sport, Faulheit, Genussmittel etc.), Fahrräder fahren, mittels Smartphones

-
- ^{⌘⌘⌘⌘} Franz Schultheis, «Disziplinierung des Designs», in *Forschungslandschaften im Umfeld des Designs*, Hg. Swiss Design Network (Zürich: Swiss Design Network, 2005), 68.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Lucy Suchman, «Anthropological Relocations and the Limits of Design», *Annual Review Anthropology* 40, no. 1 (2011): 3.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Bazon Brock, «Objektwelt und die Möglichkeit des subjektiven Lebens: Begriff und Konzept des Sozio-Designs», in *Ästhetik als Vermittlung: Autobiografie eines Generalisten*, Hg. Bazon Brock (Köln: Dumont, 1977), 446.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Jeanette Blomberg and Helena Karasti, «Ethnography: Positioning Ethnography within Participatory Design», in *International Handbook of Participatory Design*, Hgg. Jesper Simonsen und Toni Robertson (New York: Routledge, 2013), 87.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Lucy A. Suchman, *Plans and Situated Actions: The Problem of Human-machine Communication* (Cambridge: Cambridge University Press, 1987).
- ^{⌘⌘⌘⌘} Yana Milev, *Emergency Design: Anthropotechniken des Über/Lebens* (Berlin: Merve, 2011), 46.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Milev, *Emergency Design*, 46.
- ^{⌘⌘⌘⌘} Alison J. Clarke, Hg., *Design Anthropology: Object Cultures in Transition* (London: Bloomsbury, 2017); Wendy Gunn, Ton Otto und Rachel Charlotte Smith, Hgg., *Design Anthropology: Theory and Practice* (London: Bloomsbury, 2013); Yana Milev, Hg., *D.A.: A Transdisciplinary Handbook of Design Anthropology* (Frankfurt a. M.: Peter Lang, 2013); Christine Miller, *Design + Anthropology: Converging Pathways in Anthropology and Design* (New York: Routledge, 2018); Sarah Pink, «Digital-Visual-Sensory-Design Anthropology: Ethnography, Imagination and Intervention», *Arts and Humanities in Higher Education* 13, Nr. 4 (2014): 412–427; Rachel Charlotte Smith et al., Hgg., *Design Anthropological Futures* (London: Bloomsbury, 2016).

kommunizieren und mit Transportmitteln in andere Städte reisen. Die britische Anthropologin Mary Douglas hat darauf hingewiesen, dass die Dinge, die wir im Alltag konsumieren und benutzen, nicht Bedürfnisse befriedigen, sondern dass sie symbolische Bedeutungsträger sind:

«*Instead of supposing that goods are primarily needed for subsistence plus competitive display, let us assume that they are needed for making visible and stable the categories of culture. It is standard ethnographic practice to assume that all material possessions carry social meanings and to concentrate a main part of cultural analysis upon their use as communicators.*» ☞☞☞

Die Ethnografie möchte die Prozesse kartografieren, mit denen die Menschen diese Bedeutungen herstellen. Sie untersucht den *Native's Point of View*, ☞☞☞ womit nicht subjektive Wahrnehmungen gemeint sind, sondern vielmehr die intersubjektiven Konditionierungen, die dazu beitragen, dass die Wirklichkeit in einer bestimmten Art und Weise gedeutet wird. Ethnografie meint, dass man sich – einmal von Online-Ethnografien abgesehen ☞☞☞ – körperlich in andere Wirklichkeiten begibt und sich den damit verbundenen unvorhersehbaren Einflüssen aussetzt und dies dokumentiert und interpretiert. ☞☞☞ Dabei geht es «[...] nicht hauptsächlich um ein neues Wissen, das teleologisch angepeilt wird, sondern um ein retikulares, verzweigtes Abtasten von zum Teil bereits vorhandenem, latentem Wissen, das nicht unmittelbar sichtbar oder zu erfassen ist und im Prozess der Recherche neu zugänglich gemacht und kombiniert wird.» ☞☞☞

Bruno Latour schreibt in seinem Aufsatz *From the World of Science to the World of Research?*: «Science is certainty; research is uncertainty. Science is supposed to be cold, straight, and detached; research is warm, involving, and risky.» ☞☞☞ Wird ein Forschungsprojekt von Anfang an durch Hypothesen geleitet, die sich während des Prozesses nicht ändern, dann verhindert dies Immersion und Exploration. ☞☞☞ Besonders die Ethnografie ist genuin

riskant: Man verlässt die Komfortzone, was das eigene Weltbild bisweilen erschüttern kann und soll. Die Wissenssoziologin Anne Honer fordert, dass Ethnografinnen und Ethnografen bereit sein müssen, sich verwirren zu lassen, Schocks zu erleben und eigene Moralvorstellungen für eine bestimmte Zeit auszuklammern. ☞☞☞ Dies zeigt sich deutlich an den ethnografischen Forschungen der Sozialanthropologin Sarah Pink über den spanischen Stierkampf: Würde sie den Stierkampf nur moralisch verurteilen oder idealisieren, dann wäre ihre Sichtweise einseitig und sie würde wenig über die kulturelle Grammatik herausfinden, in die der Stierkampf verwoben ist. ☞☞☞ Crabtree



Andrew Crabtree, Mark Roucefield und Peter Tolmie, *Doing Design Ethnography* (London: Springer, 2012); Galen Cranz, *Ethnography for Designers* (Milton Park: Routledge, 2016); Francis Müller, *Design-ethnografie: Methodologie und Praxisbeispiele* (Wiesbaden: Springer VS, 2018); Nicolas Nova, Hg., *Beyond Design Ethnography: How Designers Practice Ethnographic Research* (Berlin: SHS, 2014); Tony Salvador, Genevieve Bell und Ken Anderson, «Design Ethnography», *Design Management Journal* 10, Nr. 4 (1999): 35–41.



Herbert A. Simon, *The Sciences of the Artificial* (Cambridge, MA: MIT Press, 1996), 2.



Mary Douglas und Baron Isherwood, *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption* (New York: Penguin Books, 1978), 62.



Clifford Geertz, ««From the Native's Point of View»: On the Nature of Anthropological Understanding», in *The Insider/ Outsider Problem in the Study of Religion*, Hg. Russell T. McCutcheon (London: Cassell, 1999), 50–63.



Robert V. Kozinets, *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (Los Angeles: Sage, 2019).





Erving Goffman, «On Fieldwork», *Journal of Contemporary Ethnography* 18, Nr. 2 (1989): 125.









Uriel Orlow, «Recherchieren», in *Künstlerische Forschung: Ein Handbuch*, Hgg. Jens Badura et al. (Zürich: Diaphanes, 2014), 201.







Bruno Latour, «From the World of Science to the World of Research?», *Science* 280, no. 5361 (1998): 208, accessed August 29, 2019, <http://science.sciencemag.org/content/280/5361/208>.

et al. betonen deshalb die «professional indifference» in der Designethnografie.  Wer die untersuchte Lebenswelt mit eigenen Wertvorstellungen kolonialisieren und überschreiben möchte, wird kaum etwas Neues entdecken; vielmehr wäre das Ausdruck einer *Poverty of Morality*.  Ethnografische Recherche bedeutet, dass man implizites Wissen, das in den Selbstverständlichkeiten und Routinen einer bestimmten sozialen Lebenswelt situiert ist, explizit macht, was Empathie und Sensibilität erfordert.

Keith M. Murphy und George E. Marcus haben Gemeinsamkeiten zwischen der Ethnografie in der Sozialforschung und im Design herausgearbeitet:

-  1 *Design and ethnography exist as product and process,*
-  2 *design and ethnography are focused on research,*
-  3 *design and ethnography are people-centered,*
-  4 *design and ethnography are at the service of more than the thing itself und*
-  5 *design and ethnography are reflexive.* 

Zugleich kommen Unterschiede ins Spiel, die mit den folgenden Aspekten von Design zu tun haben: *future-oriented, intervention und collaboration*.  Während die Ethnografie in der Sozialforschung von längeren Immersionen in fremde Lebenswelten lebt, dauern Designethnografien aus zeitökonomischen Gründen oftmals kürzer, wie zum Beispiel die «Short-Term Ethnography». 

Die Ethnografie in den Sozialwissenschaften untersucht möglichst «naturalistische Hinterbühnen fremder Gruppen»,  die nicht durch die Forschenden evoziert werden, während die Designethnografie mit ihren Interventionen «künstliche» Situationen erzeugt.  Denn der «naturalistische» Anwendungskontext eines neuen Designobjekts kann empirisch nicht untersucht werden, weil seine Platzierung in einer Lebenswelt bereits eine Intervention ist.

Störungen haben – und das ist sehr zentral für die Designethnografie – epistemische

Qualitäten: Sie machen sichtbar, was in der Alltagswelt verdeckt bleibt. Ein geeignetes Beispiel hierzu ist unser routinierter Umgang mit der Technologie, die sich leise in unsere Alltagswelt einschleicht, diese aber fundamental verändert; Smartphones zum Beispiel haben in gerade einmal einer Dekade die Art und Weise, wie wir kommunizieren, interagieren, wie wir uns im privaten und öffentlichen Raum verhalten, wie wir leben, in vergleichsweise kurzer Zeit von Grund auf verändert. Fast niemand,



Bronislaw Malinowski, *Argonauts Of The Western Pacific* (London: George Routledge & Sons, 1932), 16f.



Anne Honer, «Lebensweltanalyse in der Ethnografie», in *Qualitative Forschung: Ein Handbuch*, Hgg. Uwe Flick, Ernst von Kardorff und Ines Steinke (Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 2008), 203.



Sarah Pink, *Women and Bullfighting: Gender, Sex and the Consumption of Tradition* (Oxford: Berg Publishers, 1997); Sarah Pink, *Doing Visual Ethnography* (London: Sage, 2013), 76ff.



Crabtree et al., *Doing Design Ethnography*, 70ff.



Daniel Miller, «The Poverty of Morality», *Journal of Consumer Culture* 1, Nr. 2 (2001): 225–243.



Keith M. Murphy und George E. Marcus, «Epilogue: Ethnography and Design, Ethnography in Design ... Ethnography by Design», in *Design Anthropology: Theory and Practice*, Hgg. Wendy Gunn, Ton Otto und Rachel Charlotte Smith (Los Angeles: Bloomsbury, 2013), 257ff.



Ton Otto und Rachel Charlotte Smith, «Design Anthropology: A Distinct Style of Knowing», in *Design Anthropology: Theory and Practice*, Hgg. Wendy Gunn, Ton Otto und Rachel Charlotte Smith (London: Bloomsbury, 2013), 3f.






Sarah Pink und Jennie Morgan, «Short-Term Ethnography: Intense Routes to Knowing», *Symbolic Interaction* 36, Nr. 3 (2013): 351–361.




Michael Dellwing und Robert Prus, *Einführung in die interaktionistische Ethnografie: Soziologie im Außendienst* (Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2012), 54ff.





Sarah Pink, *Visual Interventions: Applied Visual Anthropology* (New York: Berghahn Books, 2007); Sarah Pink, *Doing Sensory Ethnography*, 2. Aufl. (Los Angeles: Sage, 2015), 7.

der ein Smartphone benutzt, weiß, wie es technologisch funktioniert. Das ist auch nicht notwendig, zumal das Anwendungswissen im Alltag völlig ausreicht. Erst in der Krise – also wenn das Smartphone oder auch nur eine bestimmte App nicht funktioniert – offenbart sich seine Komplexität, die sonst vom smarten Interface verdeckt wird.  Erst dann beschäftigen wir uns mit seinem Inneren. Erst dann wird das Smartphone zur Black Box. Anders gesagt: Die Krise macht blinde Flecken sichtbar.  Solche Krisen lassen sich erzeugen – und zwar durch Designinterventionen, die designspezifische Erkenntnismodi zum Ausdruck bringen. Man kann diese Interventionen als Experimente bezeichnen,  womit ergebnisoffene Experimente gemeint sind – im Gegensatz zu streng wissenschaftlichen Experimenten, die verifiziert oder falsifiziert werden. Joachim Halse und Laura Boffi sprechen von «Design Interventions as a Form of Inquiry»:

«In short, we propose that design interventions can be seen as a form of inquiry that is particularly relevant for investigating phenomena that are not very coherent, barely possible, almost unthinkable, and consistently under-specified because they are still in the process of being conceptually and physically articulated.» 

Designethnografie ist also eine «schmutzige» Praxis, bei der passive Beobachtung und aktive Intervention, Erkennen und Gestalten miteinander verwoben sind. Die Dualität der Ebenen Forschung und Gestaltung ist eine idealtypische Konstruktion, die in der designethnografischen Praxis so nicht existiert. Die Designethnografie folgt nicht dem herkömmlichen Ansatz in der Designforschung, dass zuerst mit empirischer Forschung Grundlagen untersucht werden, um die Erkenntnisse dann in einem zweiten Schritt ins Design zu transferieren. Diese Prozesse finden fortlaufend statt und sind ineinander verstrickt. Ein designethnografischer Prozess ist abduktiv. Die Abduktion, die Charles S. Pierce in die Sozialwissenschaften einführte, ist ein Lernprozess, der neue Er-

kenntnis bringt – und zwar durch Erfahrung und *nicht* auf logisch geordnetem Wege. Jo Reichertz betont das Neue, das als Idee aufblitzt: «[...] abduction is sensible and scientific as a form of inference, however it reaches to the sphere of deep insight and new knowledge.» 

Damit folgt die Designethnografie Bruno Latours bereits erwähntem Verständnis von Recherche und grenzt sich deutlich von Programmen mit streng wissenschaftlichen Gütekriterien wie Reliabilität und Validität ab, die designspezifische Erkenntnismodi verengen würden. Designethnografie hat Züge einer *anarchistischen Erkenntnistheorie*.  Sie darf Serendipität zulassen, ganz im Gegensatz zu den positivistischen Naturwissenschaften; dort ist diese zwar auch wichtig – man denke an LSD oder Viagra –, jedoch wird dieser Umstand im



Bruno Latour, *Die Hoffnung der Pandora: Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 2002), 223; Francis Müller, «Pluralizing Perspectives on Material Culture: An Essay on Design Ethnography and the World of Things», *DIS Journal* 4, Nr. 3 (2019): 45.



Humberto R. Maturana und Francisco J. Varela, *El árbol del conocimiento: Las bases biológicas del entendimiento humano* (Buenos Aires: Lumen, 2003), 13.



Christine Hegel, Luke Cantarella und George E. Marcus, *Ethnography by Design: Scenographic Experiments in Fieldwork* (London: Bloomsbury, 2019).



Joachim Halse und Laura Boffi, «Design Interventions as a Form of Inquiry», in *Design Anthropological Futures*, Hgg. Rachel Charlotte Smith et al. (London: Bloomsbury, 2016), 89.



Jo Reichertz, «Abduction: The Logic of Discovery in Grounded Theory», in *The Sage Handbook of Grounded Theory*, Hgg. Antony Bryant und Kathy Charmaz (Los Angeles: Sage, 2007), 216.



Paul Feyerabend, *Wider den Methodenzwang: Skizzen einer anarchischen Erkenntnistheorie* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 1976).



James Clifford und George E. Marcus, *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography* (Berkeley: University of California Press, 1986); Clifford Geertz, *Works and Lives: The Anthropologist as Author* (Stanford: Stanford University Press, 1988).

Allgemeinen nicht offengelegt. Ähnlich verhält es sich mit der konstruktivistischen Dimension, die der Designethnografie *und* den positivistischen Wissenschaften inhärent ist. Die Ethnografie ist per se konstruktivistisch, weil ethnografische Berichte die Welt nicht objektiv abbilden, sondern sie nach bestimmten narrativen Mustern rekonstruieren. ☞ Doch auch die positivistischen Wissenschaften sind konstruktivistisch: Das Labor, die Messgeräte etc. sind konstruiert und menschgemacht. In ihnen materialisiert sich ein bestimmter Denkstil. ☞ Die objektive Erkenntnis positivistischer Forschung ist also nicht voraussetzungslos, sondern eingebettet in eine bestimmte Kultur, die Welt zu deuten. Allerdings wird diese konstruktivistische Dimension in den positivistischen Wissenschaften hinter einem Objektivitätsethos verdunkelt.

Die Designethnografie darf und soll diese konstruktivistische Dimension offenlegen: Sie darf Konventionen sprengen, Grenzen ausloten und Denkhorizonte erweitern. Sie darf sich vom Anspruch der Wiederholbarkeit emanzipieren. Designethnografie kann bedeuten, soziale Situationen passiv zu beobachten, um sie danach durch Interventionen zu verändern, dies erneut zu beobachten und so weiter. Es versteht sich von selbst, dass Designethnografinnen und -ethnografen nicht aus Platons Höhle austreten, um in höhere Erkenntnisstufen aufzusteigen, aber sie haben mehr Möglichkeiten als andere Forscherinnen und Forscher, spielerisch mit ihren Daten umzugehen. Dies bedeutet keineswegs totale Beliebigkeit, vielmehr sind hier Explikation, Reflexion und Disziplin erforderlich. Es handelt sich dabei nicht um ein lineares, sondern um ein iteratives Vorgehen – eine «research through design». ☞ Sarah Pink schlägt etwa das gemeinsame Kochen mit Partizipierenden als ethnografische Methode vor: «The practice of eating food prepared by people with whom one is doing research (or preparing food with or for them) is an obvious way to participate in their everyday lives.» ☞

Diese Prozesse sollten kartografiert werden, um daraus ein «Mosaik» ☞ der unter-


suchten Lebenswelt zu erstellen, wozu sich die *Grounded Theory* durchaus eignet. ☞ Gerade weil sie beim Forschen viel Freiheit lässt, ist sie eine sehr anspruchsvolle Methode; es ist deutlich einfacher, mit ein paar Zahlen Balkendiagramme zu erstellen und so Wissenschaftlichkeit zu suggerieren. Die *Grounded Theory* führt nicht auf lineare Weise durch den Prozess, sondern macht immer wieder bewusst, wie kontingent das Datenmaterial ist. Barney Glaser – einer ihrer Mitbegründer – sagt, die *Grounded Theory* eigne sich nur für Menschen, die Verunsicherung aushalten können. ☞ Ein wichtiges Element der *Grounded Theory* ist das Verfassen von Memos. Dabei werden assoziativ Fragen und spekulative Gedanken aufgeschrieben. Memos ähneln Post-it-Zetteln. «Memos are preliminary, partial and correctable.» ☞

Die mikrosoziologische *Grounded Theory* basiert in der Regel auf der Analyse von Texten. Konkret besteht das Verfahren darin, dass Texte codiert bzw. signifikante Begriffe darin markiert werden, wobei die Auswahlkriterien semantischer und nicht syntaktischer Art sind: Die Codierung bezieht sich auf Bedeutungen und nicht auf formale Einheiten wie ein Wort



-
- ☞ Ludwig Fleck, «To Look, to See, to Know», in *Cognition and Fact: Materials on Ludwig Fleck*, Hgg. Robert S. Cohen und Thomas Schnelle (Dordrecht: Springer, 1986), 147ff.
- ☞ Findeli, «Die projektgeleitete Forschung», 44.
- ☞ Pink, *Doing Sensory Ethnography*, 108.
- ☞ Robert Prus, *Subcultural Mosaic and Intersubjective Realities: An Ethnographic Research Agenda for Pragmatizing the Social Sciences* (New York: State University of New York Press, 1997), 27ff.
- ☞ Findeli, «Die projektgeleitete Forschung», 45.
- ☞ Barney G. Glaser, «The Future of Grounded Theory», *The Grounded Theory Review* 9, Nr. 2 (2010): 4, abgerufen am 09.09.2019, <http://groundedtheoryreview.com/wp-content/uploads/2012/06/GT-Review-vol-9-no-21.pdf>.
- ☞ Kathy Charmaz und Richard G. Mitchell, «Grounded Theory in Ethnography», in *Handbook of Ethnography*, Hgg. Paul Atkinson et al. (Los Angeles: Sage, 2009), 167.

oder einen Satz. Dabei geht es dezidiert *nicht* um Quantität. Aufgrund der markierten Codes werden Kategorien – also übergeordnete Themen – gebildet.

Doch gerade im Kontext einer Designethnografie liegen meist nicht nur sprachliche Daten vor, sondern beispielsweise auch Skizzen, Fotos, Filme oder Artefakte. Sarah Pink schlägt vor, das visuelle Datenmaterial nicht separat von Texten zu analysieren, sondern darin Querverbindungen zu suchen:

«[...] it involves making meaningful links between different research experiences and materials such as photography, video, field diaries, more formal ethnographic writing, participant produced or other relevant written or visual texts and other objects. These different media represent different types of knowledge and ways of knowing that may be understood in relation to one another.» 

Dies geschieht nicht nach der Erhebung der Daten, sondern fortlaufend während des gesamten Prozesses. Die von Pink erwähnten Verlinkungen zwischen den Daten dürften in den meisten Fällen mit Stichworten – also mit Sprache – realisiert werden. Entsprechend kann eine Designethnografie nicht ohne Sprache auskommen. Nur die Sprache ermöglicht es, die verzweigten Wege und die experimentellen und explorativen Methoden explizit zu machen und so potenzielle Bezüge zu anderen Disziplinen zu erschließen.

Letztlich produziert jede Untersuchung irgendwann auch Sprache – allerspätestens dann, wenn man gemeinsam über das Datenmaterial diskutiert. Eine Bildinterpretation zum Beispiel wird erst dann kommunikativ und intersubjektiv anschlussfähig, wenn sie sprachlich verhandelt wird  – genauso verhält es sich mit designten Dingen, Interventionen, Systemen etc. Sprache bedeutet, eine Distanz zum eigenen Selbst einzuschalten, was ein genuin reflexiver Prozess ist : Wir entpersönlichen und abstrahieren intrasubjektive Gedanken, wenn wir sie versprachlichen – und machen sie so intersubjektiv anderen zugänglich, womit wir (potenzielle) Anschlusskommunikation,

Adaption und Transformation ermöglichen. Das Potenzial der «schmutzigen» Designethnografie, die keine abgeschlossene Methode ist und auch keine sein kann, besteht aus schnellen Wechseln von Bildern zu Worten und von Worten zu Entwürfen, was ständig artikuliert und reflektiert wird. Die Sprache schafft, eben genau *weil* sie abstrahiert, wieder Ausgangspunkte für unsere Imagination und neue Gestaltungspotenziale. Designethnografinnen und -ethnografen leben ein Wechselspiel zwischen Nähe und Distanz, einen Rollenwechsel zwischen Forschen und Gestalten, zwischen passiver Beobachtung und aktiver Intervention. Sie dekomponieren die Wirklichkeit, wie sie sich uns ästhetisch offenbart, und suchen darin nach neuen mikroskopischen Bedeutungszusammenhängen, die sich wiederum als Interventionen transferieren lassen. Dabei hat die analytische Auseinandersetzung mit den Daten – die Grounded Theory zeigt es deutlich – schöpferische und die Gestaltung wiederum «epistemische» Momente.



Pink, *Doing Visual Ethnography*, 144.

Angelika Pöferl und Rainer Keller, «Die Wahrheit der Bilder», in *Fotografie und Gesellschaft: Phänomenologische und wissenschaftliche Perspektiven*, Hg. Thomas S. Eberle (Bielefeld: transcript, 2017), 314.
George H. Mead, *Mind, Self & Society* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2015).

DESIGNING IN RELATIONS: AUFTAKT ZU EINER KOLLABORATIVEN DESIGNAUSBILDUNG

TEXT 3

NICOLE FOELSTERL

EINLEITUNG

«How we are changing the world», halt es durch die Design-Community. Zwar mag bei einem vorschnellen Heilsversprechen dieser Art Vorsicht geboten sein, gleichzeitig bin ich überzeugt, dass Design zu sozialen und ökologischen Alternativen beitragen kann. Dies setzt allerdings voraus, dass Designerinnen und Designer bereit sind, sich und ihre Prozesse permanent zu reflektieren und sich insbesondere zu fragen: Wer ist denn das «WIR» bei dieser Weltverbesserungsmission? Wird das «WIR» exklusiv im Sinne von «Wir als Designer*innen» verstanden oder schließt es beteiligte Nicht-Designer*innen mit ein?

Im partizipativen und kollaborativen Design – beides Verfahren, bei welchen Designer*innen sehr aktiv mit weiteren Beteiligten zusammenarbeiten – verändert sich im Prozess sehr oft das ursprünglich vereinbarte Ziel. Co-Design-Projekte streben nicht ausschließlich nach der singulären Designlösung, sondern versuchen alle Mitwirkenden so zu befähigen, dass sie ihre Herausforderungen selbst anpacken können. Die Kollaboration mit einer spezifischen Community fördert die Akzeptanz und erhöht somit die Nachhaltigkeit von Beginn an.

Althergebrachte Hierarchien zwischen Designerschaffenden und Designanwendenden lösen sich zunehmend auf. «Design auf Augen-

höhe» eröffnet ganz neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit. In meinem Verständnis bedeutet dies nicht, dass sich die Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Gruppen von Beteiligten komplett auflösen. Vielmehr bedeutet «Design auf Augenhöhe», dass alle Akteur*innen ihre soziokulturelle Identität thematisieren und die eigene Haltung sowie Rolle regelmäßig zur Disposition stellen.

Dieses Verständnis von Design als partizipativer Disziplin ist nicht neu. Schon immer entstand Design mit und für Menschen. Jedoch hat die Art und Weise, wie im Designprozess dieses «Mit und Für» praktiziert wird, sich in den vergangenen Jahrzehnten weiterentwickelt und an Einfluss gewonnen. Während in den 1980er-Jahren Genius Design dominierte und teilweise bis heute das allgemeine Designverständnis prägt, so hat sich inzwischen ein prozessoffeneres und partizipatives Designparadigma nachhaltig etabliert.

Diese Entwicklung ist auch im Unterricht des Departements Design an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) zu beobachten. Studierende setzen sich aktuell sehr intensiv mit gesellschaftlichen Problem- und Fragestellungen auseinander. Aufgrund ihrer Komplexität bedingen diese einen regen Austausch mit unterschiedlichen Interessengruppen und weiteren Beteiligten. Neben klassischen Design-Skills, Tools und Methoden werden ganz neue Fähigkeiten vorausgesetzt. Zugespitzt formuliert könnte man sagen: Co-Design-Prozesse benötigen nicht nur kompetente Gestaltungsexpertinnen und -experten, sondern auch eine empathische Begleitung, eine Art «Coach mittendrin».

Heute sind Dozierende nicht nur gefordert, neue Kompetenzen des «Facilitierens» sehr aktiv in ihren Unterricht einfließen zu lassen, sondern sie müssen sich auch weitere zentrale



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



Elizabeth Sanders und Pieter Jan Stappers, «Co-Creation and the New Landscapes of Design», *CoDesign* 4, Nr. 1 (2008): 5-18.

Fragen stellen: Wie fördert man eine partizipative Designhaltung? Welche Rolle übernimmt der oder die Dozierende? Wie können Studierende sich co-kreative Prozesse tatsächlich aneignen? Und wie kann eine adäquate Designausbildung im 21. Jahrhundert aussehen?

Als Dozentin und Forscherin in den Bereichen Co-Design, Video-Ethnografie und Designkulturen möchte ich mit meinem Essay in erster Linie meine Erfahrungen teilen, wie sich eine partizipative Designhaltung im Unterricht konkret vermitteln lässt und welche Prinzipien sich daraus ableiten lassen. Zuerst beschreibe ich, wie der Klassenraum selbst zu einem kollaborativen Experimentierraum wird. Weiterhin arbeite ich in Form einer Gegenüberstellung aus, wie sich die alten und neuen Expertisen unterscheiden. Anschließend befasse ich mich mit der neuen Rolle der Dozierenden. Ausgehend davon entwickle ich im Kernteil meines Beitrags ein Framework bestehend aus fünf Prinzipien, die mir für die Vermittlung und das Praktizieren partizipativen Designs besonders wichtig erscheinen. Zum Schluss skizziere ich mögliche nächste Schritte, durch die sich die Designausbildung an der ZHDK gezielt fördern und weiterentwickeln lässt.

In diesem Essay wird argumentiert, dass Co-Design nicht ausschließlich als Methode oder Werkzeug gelehrt werden soll, sondern besonders als Haltung im Unterricht selbst praktiziert werden muss und dann gelungen ist, wenn Designerinnen und Designer als Dozierende im Laufe des Prozesses nicht mehr gebraucht werden.

DER KLASSENRAUM ALS KOLLABORATIVER EXPERIMENTIERRAUM

Als Dozentin ist es mir wichtig, meinen Unterricht so zu gestalten, dass der Klassenraum selbst zum Experimentierfeld für kollaborative Settings wird. Ich erlebe die Studierenden als mutig, offen, sensibel und sehr an den komplexen sozialen und ökologischen Zusammenhängen interessiert. Sie wollen mit ihrem Design einen nachhaltigen Beitrag für die gesellschaft-

lichen Herausforderungen unserer Gegenwart leisten. Sie sind jedoch keineswegs so naiv, die Wirkungsweise und Reichweite ihres Designs zu überschätzen.

Kollaborative Designprojekte scheitern so gut wie nie am Mangel an technologischen Fertigkeiten. Es sind eher die Soft Skills in Gruppendynamischen Prozessen, welche die größten Hürden darstellen. Für den gelungenen Unterricht benötigt es also insbesondere einen Raum, in welchem die Studierenden soziale Kompetenzen erproben können. Diese Fähigkeiten sind unter anderen: Integration verschiedener Interessengruppen in einem Team; Orchestrierung des kollaborativen Prozesses; Perspektiven- und Rollenwechsel; Konfliktmanagement; Umgang mit Ambivalenzen.



Die Vermittlung dieser Kompetenzen, durch die sich Co-Design-Prozesse auszeichnen, kann man nicht lehren – sie vermitteln sich, indem Dozierende diese selbst im Unterricht praktizieren: gelebtes Design auf Augenhöhe, ohne ein Richtig oder Falsch. Der Klassenraum wird zum offenen Erfahrungs- und Experimentierraum, zum Labor und zur sicheren Homepage für die Studierenden. Es wird ausprobiert, man reibt sich aneinander, lernt mit- und voneinander und steigert die eigene Empathiefähigkeit durch gemeinsames Reflektieren.

Ein so verstandener Unterrichtsraum verändert die Beziehung zwischen Dozierenden und Studierenden fundamental. Als Dozentin bin ich aufgefordert, diesen Raum sehr aktiv zu gestalten und mich darum zu bemühen, eine Atmosphäre des Vertrauens zu schaffen. Ich moderiere und gebe Impulse. In meinen Aktivitäten und Handlungen lebe ich genau das vor, was in der kollaborativen Designpraxis gefragt ist. Ich agiere also in erster Linie als Facilitator einer Großgruppe: Meine Aufgabe ist es, Studierende zum gemeinsamen Designprozess einzuladen und dabei so wenig wie möglich und nur so viel wie nötig einzugreifen. Das Ziel ist letztlich, passende Voraussetzungen für eine möglichst lebendige und fruchtbare Zusammenarbeit zu schaffen.

→

EXPERTISE, HALTUNG, MINDSET

Um heute erfolgreich Co-Design zu praktizieren, sind ganz spezifische Kompetenzen gefragt. Neben grundlegenden Gestaltungsfähigkeiten spielen insbesondere eine klare Haltung und ein offenes Mindset eine wichtige Rolle. Designerinnen und Designer entwickeln sich zunehmend in Richtung eines neuen Schwerpunkts: von der Gestaltung von Produkten hin zur Gestaltung eines kollaborativen Kreativprozesses.  Damit einhergehend hat sich auch die Designdisziplin als Gesamtes gewandelt. Während sich Design-Ausbildungen früher in klar abgrenzbare Subdisziplinen wie Grafikdesign oder Interior Design gliedern ließen, steht aktuell die übergreifende Gestaltung bezüglich Erfahrungen, Emotionen oder Interaktion im Vordergrund. 

So sind neue Felder, wie zum Beispiel Transition Design  entstanden. Wir als Dozierende sind aufgefordert, diese Entwicklungen zu antizipieren und die Methoden des Human-Centred Designs nicht nur einzusetzen, sondern mittels des Unterrichts weiter zu entwickeln. 

Die Positionierung des Designs als kollaborative Gestaltungsdisziplin ist eng mit der Stärkung spezifischer Kompetenzen und Ressourcen verwoben: Die Neugierde, Unbekanntes zu erforschen und sich empathisch auf andere Perspektiven einzulassen, steht bei einer partizipativen Haltung im Zentrum.

Designer*innen in Co-Creation-Prozessen müssen bereit sein, sich und ihre Haltung aktiv offenzulegen, damit diverse Kooperationspartner*innen Gleiches tun können. Erst so kann ein fruchtbarer Austausch zwischen unterschiedlichen Interessengruppen entstehen. Dies setzt voraus, dass Studierende sich bereits im Unterricht für die Entwicklung eines eigenen Wertekanons sensibilisieren und auch gewohnt sind, diesen beständig zu hinterfragen. Ebenso ist es wichtig, das Bewusstsein zu schärfen, dass es Enthusiasmus und Motivationsfähigkeit sowie ein hohes Maß an Selbstreflexion, Konfliktfähigkeit und Frustrationsto-


leranz braucht, um im Team lösungsorientierte Strategien und Alternativen zu entwerfen. Visuelles und narratives Denken spielen dabei eine maßgebliche Rolle, um komplexe Zusammenhänge für sich und andere nachvollziehbar zu machen.


Co-Design heißt vor allem auch, gewohnte Hierarchien auf den Prüfstand zu stellen, sich mit Haut und Haaren auf Unvorhersehbares einzulassen und neue Modelle der Zusammenarbeit auszuprobieren.


SCHAFFEN WIR UNS ALS DOZIERENDE SELBER AB?


Die Veränderung der Designdisziplin und die damit verbundenen Herausforderungen an eine neue Designedukation führen bei einem traditionellen Designverständnis zu einer gewissen Abwehrhaltung. Ein häufig gebrauchter Einwand lautet: Heutige Designerinnen und Designer lernen nicht mehr «richtig», zu gestalten. Auch ich selbst, ausgebildet in experimenteller Medienkunst, tätig als Dok-Filmmacherin und Design-Coach, entspreche zugegebenermaßen nicht den klassischen Kriterien einer Designerin. Jedoch scheint mir diese Positionierung an der Schnittstelle von Storytelling, Ethnografie und Design gerade in der Vermittlung partizipativer Herangehensweisen sehr adäquat.

In der Rolle als Dozierende im Designbereich verstehe ich mich als Moderatorin und Begleiterin von Einzelpersonen und Teams. Ich lasse die Studierenden selbst handeln und agiere als Sparringspartnerin. Direktes, aufbauendes Feedback ist hier besonders wichtig.

 David Kelley und Tom Kelley, *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All* (London: HarperCollins Publishers, 2014).


 Sanders und Stappers, «Co-Creation», 5–18.

 Terry Irwin, «Transition Design: A Proposal for a New Area of Design Practice, Study, and Research», *Design and Culture* 7, Nr. 2 (2015): 229–246.

 Bruce M. Hanington, «Relevant and Rigorous: Human-Centered Research and Design Education», *Design Issues* 26, Nr. 3 (2010): 18–26.

Wichtig erscheint mir, dass die Studierenden neben meiner konstruktiven Kritik insbesondere auch meine Position und Haltung verstehen, um aus Besprechungen etwas für sich herausziehen zu können. Das Offenlegen eigener Sichtweisen und Prinzipien ist dabei zentral. Erst so entsteht ein fruchtbarer Dialog mit der notwendigen Reibung. Dieses Vorleben wird von den Studierenden als Einladung verstanden, Gleiches zu tun. Auf diese Weise beginnen sie, ihren eigenen Wertemaßstab und ihr Vorgehen mehr und mehr zu reflektieren und durch die temporäre Hubschrauberperspektive mögliche Lösungswege selbstständig zu erkennen.

Die Rolle der Dozierenden liegt hier in der Orchestrierung verschiedener Erwartungen sowie in der Kunst, auf zugrunde liegende Annahmen in der Diskussion aufmerksam zu machen. Was zum Beispiel steckt genau hinter der Motivation «Ich will die Welt verändern» oder «Ich will helfen»? Ist es nicht nachhaltiger, wenn sich Studierende das nötige Designrepertoire aneignen, um andere zu befähigen, selbst wirksam zu werden?

Andere zur selbstständigen Lösungsfindung zu befähigen, gelingt weniger auf kognitivem Weg, als vielmehr dadurch, dass entsprechende Erfahrungssituationen kreierte werden und ein Bewusstseinswandel erfolgt. Beispielsweise sind Simulationsspiele, in welchen ausgewählten Gruppen von Studierenden temporär unterschiedliche Verhaltens-Codes annehmen, eine gute Basis dafür, den Umgang mit verschiedensten Stakeholdern einzuüben.  Abstrakte Begriffe wie «Offenheit» und «Empathie» werden hier mit ganz konkreten Erfahrungen gefüllt, der Perspektivenwechsel wird aktiv eingeübt. Nicht zuletzt für die interkulturelle Zusammenarbeit sind solche Übungen enorm wichtig.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, Studierende im Rahmen des Unterrichts aktiv in die Rolle von Workshopleitenden schlüpfen zu lassen und mit dem Klassenverband als simulierter Community zunächst einmal komplexe Fragestellungen zu erörtern. Diese Rollenwechsel provozieren die Konfrontation mit unbekannten Seiten der eigenen Person. Selbst- und

Fremdwahrnehmung werden hier automatisch zum Thema und können sehr konkret besprochen werden. An diesem Beispiel ist das neue Verhältnis von Dozierenden zu Studierenden am offensichtlichsten: Als Dozierende übernehme ich zwar die Verantwortung für die Prozessgestaltung im Unterricht, gebe diese jedoch bewusst im Verlauf eines Projekts immer mehr an die Studierenden ab.

Dieser Rollenwechsel stellt für beide Seiten eine Herausforderung dar. Viele Studentinnen und Studenten, insbesondere zu Beginn ihres Studiums, gehen davon aus, das passende Vorgehen und erprobte Toolkits vorgelegt zu bekommen und diese dann rezeptartig «nachkochen» zu können. Für Dozierende kann es sich schwierig gestalten, Verantwortung für den Prozess aus der Hand zu geben und sich damit auf Unvorhergesehenes einlassen zu müssen. Dies führt mitunter auch zu beiderseitiger Kritik und Frustration durch Überforderung. Dozierende müssen dann aushalten können, dass der Ruf nach mehr Führung oder Vorwurf fehlender Expertise mehr oder weniger explizit geäußert wird. Der Wunsch, vor Fehlritten bewahrt zu werden, ist bei Studierenden sehr groß. Das Bedürfnis nach Bestätigung durch eine vermeintliche Autoritätsperson ebenso.



Sowohl Dozierende wie auch Studierende sind im Kontext der Vermittlung und Aneignung partizipativer Methoden und co-kreativer Prozesse gefordert, sich unangenehmen Situationen bewusst auszusetzen. Studierende müssen gelegentliche Überforderung aushalten, und Dozierende die damit verbundene Unzufriedenheit. Letztendlich ist es sogar so, dass es nicht die Dozierenden sind, die über den Erfolg eines Co-Design-Prozesses und die daraus resultierenden Ergebnisse urteilen, sondern die betroffenen Nutzer*innen. In diesem Sinne könnte die Frage nach der Abschaffung von Dozierenden tatsächlich wie folgt beantwortet werden: Die



Pelle Ehn, «Participation in Design Things» in *Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008* (Indianapolis, IN: Indiana University, 2008), 92–101.

Vermittlung von Co-Design ist dann gelungen, wenn sich die Dozierende spätestens am Ende eines Prozesses selbst obsolet gemacht haben.

PRINZIPIEN FÜR EIN EDUKATIVES DESIGNREPERTOIRE

Nachdem ich mein Verständnis von der Vermittlung partizipativen Designs dargelegt und den Klassenraum als kollaborativen Experimentierraum positioniert habe, möchte ich dieses Plädoyer mit einigen weiteren Prinzipien und episodischen Unterrichtsbeispielen stärken. Inspiriert wurde ich dabei von der eigenen Unterrichtserfahrung, einer dem Design innewohnenden reflexiven Praxis sowie Überlegungen von Elizabeth Sanders und Pieter Jan Stappers  zu den vier Ebenen kollektiver Kreativität und Aspekten reflexiver Praxis. 

PRINZIP 1 – IN RESONANZ GEHEN

Wichtige Elemente im Co-Design wie Empathie, Zusammenarbeit auf Augenhöhe, Respekt und Offenheit gehen relativ leicht über die Lippen. Wollen Dozierende jedoch den angehenden Designerinnen und Designern vermitteln, wie wichtig die Reflexion der eigenen Haltung, Werte und Erwartungen sind, um offene respektvolle Beziehungen mit einer neuen Community aufzubauen, müssen sie auch selbst bereit sein, sich zu zeigen. Was motiviert mich als Dozierende? Welchen Erfahrungshintergrund bringe ich mit? Wo sind meine Grenzen? Dazu gehört insbesondere, das eigene Straucheln und Scheitern bei Projekten zu thematisieren.

Das Forschungsprojekt «Design with social impact» hatte zum Ziel, in einem Verbund von Designstudierenden aus Kenia, der Schweiz und Mazedonien sowie diversen NGOs aus der Entwicklungszusammenarbeit neue Unterrichtsformate im Bereich des Social Design zu entwickeln.  Weil Social-Design-Strategien in lokale Strukturen und Expertise eingebettet werden sollten, hielt sich die Forschungsgruppe in Mazedonien auf, wo ihnen einige lokale Näherinnen bei der Herstellung konkreter Produkte unterstützend zur Seite gestellt wurden.

Es war zu beobachten, dass die Näherinnen passiv am Tisch saßen und auf Anweisung der Studierenden warteten. Diese wiederum analysierten die Verhältnisse in Mazedonien ganz automatisch anhand von Kriterien, die in schweizerischem Kontext zwar logisch erschienen, allerdings nicht mit vor Ort bekannten Konzepten übereinstimmten.

Dieses Beispiel illustriert, wie wichtig es ist, in kollaborativen Projekten eigene Interessen, Zielvorstellungen und kulturelle Wertesysteme aktiv zum Thema zu machen. Erst in gegenseitiger Resonanz der Teilnehmenden kann sich eine gemeinsame Sprache sowie die Schärfung des Bewusstseins von interkultureller Differenz entwickeln.

Im Kontext eines Prinzips für die Designeduktion bedeutet die beschriebene Episode, dass im partizipativ geprägten Unterricht in einem ersten Schritt ein offenes Gesprächsklima etabliert werden sollte. Dozierende können dies fördern, indem sie Transparenz zeigen und mit gutem Beispiel vorangehen, zum Beispiel durch Erzählungen vom Scheitern und dem Aufzeigen eigener diesbezüglicher Coping-Strategien. Dies schafft den gewünschten Resonanzraum, welcher eine Basis für die Zusammenarbeit und das Eintauchen ins Co-Design darstellt.

PRINZIP 2 – LAUFEN LASSEN

Versteht man kollaboratives Gestalten als proaktiven Prozess, kann der passende Rahmen nur entstehen, wenn sich alle an seiner Entstehung beteiligen. Selbstredend müssen Momente der Zusammenarbeit von Dozierenden bewusst initiiert und in einer frühen Phase am Laufen gehalten werden. Die große Kunst ist jedoch, neben diesem aktiven Anstoßen und Orches-



Sanders und Stappers, «Co-Creation», 5-18.



Donald A. Schön, *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action* (New York: Basic Books, 1983).



Vgl. «Design with Social Impact: A Learning Source», Zurich University of the Arts, abgerufen am 05.02.2020, <http://designwithsocialimpact.net>.

trieren des Co-Design-Prozesses wahrzunehmen, welche weiteren Elemente in der Gruppe entstehen. Es sind oft gerade diese unerwarteten Vorkommnisse, die den kollaborativen Prozess später weiter befeuern und Dozierenden erlauben, ihre Rolle in Richtung Sparringspartner und Coach zu transformieren. Dies bedingt, dass man bereits bei der Unterrichtsplanung solche Entwicklungen gedanklich durchspielt, um inhaltlich und zeitlich möglichst flexibel reagieren zu können.

Bei dem Studienprojekt «Wo ist Zürich?» verbrachten die Studierenden erst einmal viel Zeit mit ihren Designpartnerinnen und -partnern, welche in diesem Projekt Asylsuchende waren. ☞ Gerne ermutige ich Studierende zu einem solchen herausfordernden Schritt, ohne große Recherchevorbereitung oder gar die Konzeption eines partizipativen Methodensets. Im Kern geht es darum, sich aufeinander einzulassen und ein Vertrauen für offene Prozesse zu entwickeln.

Das Resultat dieses spezifischen Co-Design-Prozesses war ein Stadtplan von Zürich, der Plätze und Aktivitäten erschließt, welche auch ohne oder mit wenig Geld besucht werden können. Das Konzept berücksichtigte die Erweiterbarkeit dieser Karte durch die Asylsuchenden selbst. Auf diese Weise gelang es uns – den Studierenden ebenso wie mir als Dozierender – im Verlauf der Projektentwicklung immer mehr, unseren Rollen zu entschlüpfen.

Dieser ergebnisoffene und explorative Ansatz kann sowohl in Co-Design-Projekten wie auch im kollaborativen Unterricht ein hohes Maß an Akzeptanz und Nachhaltigkeit schaffen. In beiden Framings benötigt das Sich-aufeinander-Einlassen ohne einen starren Vorgehensplan sowohl Übung als auch die stetige Entwicklung eines Sets an kollaborativen Methoden. Eine der größten Herausforderungen für Dozierende wie für Studierende ist, dass diese praktizierte Offenheit bei den jeweiligen Kooperationspartnerinnen und -partnern Hoffnungen weckt, die später nicht eingelöst werden können. Diesen Umstand gilt es in beiden Szenarien von Anfang an aktiv zu thematisieren.

PRINZIP 3 – LERNEN DURCH MACHEN

Viele Studierende sind von einem Bildungsmodell geprägt, welches sich an folgender Logik orientiert: Nur wer alles gelernt hat, ist in der Lage, mit konkreten Projekten zu beginnen. Im Co-Design verhält es sich genau umgekehrt. Erst wenn ich aktiv im Verbund mit unterschiedlichen Beteiligten loslege, beginne ich, die Bedürfnisse aller sowie deren Rahmenbedingungen und mögliche Lösungsansätze besser zu verstehen. Der Lernprozess wird also durch das gemeinsame Tun angetrieben. Dies gilt wiederum für das Design- und Unterrichtssetting gleichermaßen. Vorteil des Sofort-Machens ist auch, dass die Gruppe nicht in Paralyse verfällt. Hier hilft die Kenntnis adäquater kollaborativer Methoden (Rollenspiele, Bodystormings), Techniken (u. a. Storytelling) und Materialien (u. a. Bauklötze, Plastilin). Unterstützend wirkt auch ein gemeinsames Bewusstsein für den Gesamtprozess, indem sich die Teilnehmenden über ein passendes Prozessmodell sowie die Verortung und Dokumentation der einzelnen Arbeitsschritte und Projektphasen einig werden. Dies schafft Orientierung und hilft, Erwartungshaltungen zu klären.

Eine Studierendengruppe hat zum Thema «Taking a break» im Gemeinschaftszentrum Heuried geforscht. ☞ Wie können Eltern eine Pause machen, während ihre Kinder am Spielplatz herumtollen? Gespräche mit Eltern lieferten wichtige Hinweise über das Verhalten auf dem Spielplatz. Um die Kinderperspektive richtig einzufangen, mussten die Studierenden anstelle von Interviews andere Methoden einsetzen. Sie montierten Kindern Kameras auf einen Helm. Dies ermöglichte nicht nur, direkt in die Kinderwelt einzutauchen, sondern führte auch dazu, dass das Experiment durch das Machen verschiedener Dinge eine gewisse



Vgl. «Wo ist Zürich», 2018, abgerufen am 22.01.2020, <http://vimeo.com/362278264>.
Vgl. «Video in the Social Design Process», 2016, abgerufen am 22.01.2020, <http://vimeo.com/195284345>.

Eigendynamik entwickelte. Die Kinder liebten ihre neue Rolle als kleine Kameralente. Inspiriert davon entwickelten die Studierenden wiederum eine Puppe mit Kamera und Funkgerät, die sich als unabhängiger Beobachter auf dem Platz versteckte.

Die Kombination aus Machen, Reflektieren und abermaligem Machen ist ein zentraler Treiber beim kollaborativen Vorgehen. Die gemeinsam gemachten Erfahrungen evozieren wiederum nächste Schritte. So erhält die Gruppe durch die permanente Umsetzung von Ideen – ob beim Co-Design-Projekt oder im Unterricht – ein zentrales Instrument, um den kollaborativen Prozess aktiv voranzutreiben und den Austausch an der konkreten Manifestierung eines Prototyps zu verfeinern.

PRINZIP 4 – STORYTELLING ALS SYNTHESE

Bei Arbeitsbesprechungen erwarten Studierende von ihren Dozierenden oft ganz konkrete Problemlösungen. Anstelle der Präsentation von fertigen Lösungswegen bietet es sich in kollaborativen Vorgehensweisen an, den Syntheseprozess in Form unterschiedlicher Szenarien durchzuspielen. Die Studierenden werden aufgefordert, das Problem in eine Geschichte zu verpacken und systematisch aus unterschiedlichen Perspektiven zu erzählen. Dies zwingt sie dazu, abstrakte Lösungskonstrukte in illustrative Artikulationen zu überführen.

Im Rahmen eines weiteren Co-Design-Projekts mit dem Titel «jetpack-game» arbeiteten die Studierenden aktiv mit Patientinnen und Patienten einer psychiatrischen Klinik zusammen. ☒ Diese waren zu Beginn des Projekts verängstigt und noch nicht zur Zusammenarbeit bereit. Die Studierenden waren mit dieser Situation überfordert und das Projekt stockte. Als Dozierende fokussierten wir nicht diese scheinbar ausweglose Situation, sondern forderten die Studierenden auf, die wahrgenommene Verängstigung aus Sicht der Betroffenen zu erzählen. Diese Geschichten ermöglichten es, viel konkreter miteinander in Kontakt zu treten und gemeinsam unterschiedliche Perspektiven

auf die gleiche Situation auszuloten. Durch das Storytelling gelang es, Hürden abzubauen und ein kollaboratives Kartenspiel zu entwickeln, welches als vertrauensbildende Maßnahme im Designprozess eingesetzt werden konnte.

Narrative Methoden unterstützen den gemeinsamen Prozess der Synthese. Sie helfen dabei, komplexe Sachverhalte und Stimmungen mittels illustrativer Beschreibungen leicht verständlich zu machen. Storytelling unterstützt die Beteiligten dabei, unterschiedliche Perspektiven einzunehmen und schlüssige Szenarien kollaborativ zu verhandeln. Wenn scheinbar unüberwindbare Unstimmigkeiten und Hindernisse vorliegen, die man nicht so einfach in Worte fassen kann, und damit auch wichtige Entscheidungen für ein erfolgreiches Vorwärtkommen schwierig sind, wirken insbesondere narrative Techniken wie Videoprototyping unterstützend. ☒

KOLLABORATIVES DESIGN LEBEN

Viele Formen des partizipativen und kollaborativen Designs werden an der Zürcher Hochschule der Künste sehr aktiv und erfolgreich gelebt. Studierende aller Disziplinen haben bereits erfolgreiche Co-Design-Projekte ins Leben gerufen. Es erscheint mir nachhaltiger, wenn dieser Ansatz nach dem Bottom-up-Prinzip und aktiv von Studierenden gelebt und von Dozierenden in ihrer Lehrtätigkeit direkt inkludiert wird. Ein modernes Design-Curriculum soll durchlässig und flexibel sein, um kollaborative Bestrebungen gezielt einbinden zu können. Das heißt, diese Bestrebungen also nicht zu institutionalisieren, sondern den richtigen Rahmen zu schaffen, um eine solche Zusammenarbeit auf allen Ebenen zu leben.

Als in verschiedenen Disziplinen verankerte Dozentin setze ich mich in meiner Lehrtätigkeit sehr intensiv mit passenden Strategien für die Vermittlung kollaborativer Ansätze, Methoden und Tools auseinander. Dieser Essay kondensiert meine Erfahrungen in vier zentrale Prinzipien, die mir zur Orientierung dienen, um den Co-Design-Unterricht für mich

weiter zu entwickeln. Zudem veränderten und prägten diese Prinzipien mein Rollenverständnis als Dozierende sowie die Art der Vermittlung meiner Lerninhalte über die letzten Jahre nachhaltig.

Ich bin überzeugt, dass wir als Designedukator*innen unsere Haltung und Rolle vermehrt zur Disposition stellen müssen, um offen zu sein für jene Veränderungen, die durch die verstärkte Integration von Kollaborationen entstehen.

Wir als Dozierende sind aufgefordert, auf Augenhöhe das vorzuleben, was wir auch von den Studierenden erwarten. Ein gewisses Maß an Unsicherheit und auch Scheitern gehören dazu, im Gegenzug wird uns ebendies auch eine massive Weiterentwicklung ermöglichen.

So wie Co-Design Studierende und Dozierende verändern kann, erhoffe ich mir sogar, dass es auch die Kultur des «Miteinander» an der gesamten ZHdK nachhaltig prägen wird. Die Gestaltung auf Augenhöhe wird neue Arbeitsmodelle hervorbringen und Hierarchien ganz neu denken lassen. Co-Design besitzt die innovative Kraft, nicht nur unser Augenmerk auf die Macht der Zusammenarbeit zu lenken, sondern diese auch zu gestalten. Das Departement Design und die gesamte Hochschule werden zum aktiven Begegnungs- und Beziehungsraum. In diesem Sinne ist mein Beitrag als Einladung zu verstehen, uns als Dozierende und Institution zusammen mit den Studierenden durch Ansätze des Co-Designs stetig weiterzuentwickeln und Partizipation im Hier und Jetzt zu leben.






Vgl. «Jetpack», abgerufen am 22.01.2020, <http://gumroad.com/1/jetpack-game>.
 Nicole Foelsterl, «Video in the Social Design Process», *Design for All* 12, Nr. 1 (2017): 87–105, abgerufen am 14.11.2019, http://www.academia.edu/34575549/Video_in_the_Social_Design_Process.

ZUR INTERAKTION MIT EINER KOMPLEX VERFLOCHTENEN UMWELT

TEXT 4



ROMAN KIRSCHNER,
KARMEN FRANINOVIĆ

Wir leben in einer materiellen Welt voller Dynamiken. Diese Tatsache wollen wir anerkennen und unsere Welt voller Ströme von Materie und Energie, ihre Transformationen und ihre Vielfalt begrüßen. Lasst uns mit ihrer Komplexität und ihren Verflechtungen arbeiten!

Es ist ein grundlegendes Manko etablierter Designpraktiken, dass sie uns häufig von unserer Umwelt entfremden: «[they] aspire toward a logic of form that reduces our ability to perceive the depth and scope of our material involvement with the world around us. [...] The effect is to trap humanity within a vicious circle of increasing environmental alienation».  Zu unserem Widerwillen, die Umwelt «mitzudenken», und unserem mangelnden Respekt für ihr Angebot und ihre Grenzen kommt eine weitere, alarmierende Erkenntnis aus der Umweltökologie hinzu. Wie historische Analysen zeigen, bringt die technische Entwicklung einer Gesellschaft einen immer höheren Pro-Kopf-Verbrauch an Energie und materiellen Ressourcen mit sich.  Wir brauchen unseren Planeten regelrecht auf. Um nur ein Beispiel zu nennen: Die industrielle Landwirtschaft benötigt so große Mengen an fossilen Brennstoffen, dass sie einen energetischen Verlust erzeugt. In Frankreich, den USA und Dänemark wird eine Kalorie Energie in 0,7 Kalorien Nahrung umgewandelt.  Auch bei

steigender Effizienz der technischen Verfahren scheint es bedauerlicherweise nicht möglich, den ausufernden gesellschaftlichen Metabolismus von der wirtschaftlichen Entwicklung abzukoppeln. Bietet ein ökologischerer, ökosystemischer Ansatz einen Ausweg aus diesem techno-politischen Teufelskreis?

DAS ZEITALTER KOMPLEXER VERFLECHTUNGEN

Die Organisation unserer Gesellschaften orientiert sich nicht mehr an der tief in der Tradition verwurzelten Verbundenheit mit unserer nächsten Umgebung. Wir verfügen über neue Methoden, um Informationen zu unserem Planeten zu sammeln und unsere Lebensumwelt und unseren Aktionsradius zu erweitern. Maschinenbasierte Informationssysteme sind in riesigen Netzwerken organisiert und gewinnen an Bedeutung. Von einigen Seiten wird sogar behauptet, unser Planet stehe unter ständiger Beobachtung,  angefangen bei kleinen mobilen Geräten, die sich auf der Oberfläche bewegen, bis hin zu den zahlreichen Satelliten im All, die uns von oben ins Visier nehmen. Infolge der Vernetzungen zwischen diesen Maschinen und der wachsenden Komplexität, mit der unsere Gesellschaften konfrontiert sind, sprechen einige Forschende von einem neuen «age of entanglement».  Wir sind der Auffassung, dass dieser Gedanke eines Zeitalters der komplexen Verflechtungen nicht nur auf technische Aspekte und Lösun-



Mike Anusas und Tim Ingold, «Designing Environmental Relations: From Opacity to Textility», *Design Issues* 29, Nr. 4 (2013): 58.



Fridolin Krausman und Marina Fischer-Kowalski, «Gesellschaftliche Naturverhältnisse», in *Globalgeschichte 1800–2010*, Hgg. Reinhard Sieder und Ernst Langthaler (Wien: Böhlau, 2010), 39–68.



Christophe Bonneuil und Jean-Baptiste Fressoz, *L'événement Anthropocène: La Terre, l'histoire et nous* (Paris: Editions du Seuil, 2013).



Benjamin H. Bratton, *The Stack: On Software and Sovereignty* (Cambridge, MA: MIT Press, 2016).

gen bezogen werden sollte, sondern auch auf die Auswirkungen, die unsere täglichen Handlungen auf das komplexe Netz unser Existenz haben – unmittelbar, mittelbar, verzögert, kollektiv oder auch individuell. Wenn wir bedenken, dass unser Planet ein nahezu geschlossenes System ist, sollten wir dessen ökologische Systeme stets im Blick behalten. Im «age of entanglement» muss berücksichtigt werden, auf welche Weise Ökosysteme und ihre Bestandteile miteinander verflochten sind.

Wenn neue, komplexe Beziehungen und Dynamiken in unser Leben treten, wird es nicht mehr ausreichen, die zunehmende Komplexität menschlicher Aktivitäten im Zusammenspiel mit komplizierten Instrumenten zu untersuchen. Wir müssen uns auch Fragen wie diesen zuwenden: Wie sind diese Aktivitäten in die Umgebungen, von denen sie abhängig sind, eingebettet? Wie geht ihr Austausch von Energie und Material über jegliche Maßstabsgrenze hinaus vonstatten? Und inwieweit beeinflussen diese Ströme andere Teilnehmer*innen der gemeinsam genutzten Ökosysteme auf lokaler wie auch auf globaler Ebene? Mehr denn je müssen wir uns vergegenwärtigen, dass unsere vermeintlich lokalen, recht abstrakten Handlungen Auswirkungen auf die Umwelt haben. Eine einfache Suche im Internet etwa generiert durch die Nutzung von Servern und Netzwerk-Infrastrukturen einen überraschend hohen CO₂-Ausstoß – und trägt damit zum immensen Energieverbrauch im IT-Sektor bei. Wir wollen uns hier aber nicht damit beschäftigen, wie kleine, lokale Handlungen zu schädlichen Konsequenzen auf globaler Ebene führen und Schuldgefühle erzeugen; wir befassen uns vielmehr mit der Frage nach ihren inhärenten Werten und damit, wie unsere Gewohnheiten von diesen Werten gelenkt werden.

DURCHDRINGUNG UND STRÖME

In der Biologie werden schon lange Diskussionen zur grundlegenden Beziehung zwischen Lebewesen und ihrer Umwelt geführt. Diese Beziehung ist von wechselseitigen Verflechtun-

gen geprägt. Die Evolution eines Organismus kann nie ohne die Betrachtung seiner Umgebung verstanden werden. Seine Umgebung wiederum entwickelt sich durch diesen Organismus weiter und wird durch ihn geformt. ^{vii/viii} ^{4/xia} Beide existieren in einem Zustand der wechselseitigen Weiterentwicklung. Bis zu einem gewissen Grad kann man hier sogar von einer Durchdringung sprechen. Beispielsweise sind die unzähligen Mikroorganismen im menschlichen Körper größtenteils kein Anzeichen für eine Infektion, sondern Teil einer wichtigen Symbiose, bei der sie wesentliche biologische Funktionen ausführen. Im Fall der menschlichen Verdauung kommt dies sowohl dem Menschen als auch dem Mikroorganismus zugute, da sich beide aus dieser Symbiose nähren. Darüber hinaus verbinden uns Mikroorganismen mit unserer Umgebung, wie eine neue Untersuchung im abgeschiedenen Waimea-Tal auf der hawaiianischen Insel Oahu veranschaulichte. Das Forschungsteam fand heraus, dass das Mikrobiom jedes Organismus in enger Beziehung zur Umwelt steht: «that each organism's microbiome is a subset of what exists in the broader environment and in organisms lower on the food web». ^{ix/xii} Damit wird nicht nur aufgezeigt, dass das Mikrobiom seiner Umwelt entspringt, sondern es wird auch die starke Vernetzung unserer Welt betont – bis hinunter zur mikrobiologischen Ebene. ^{xiii/xiv}



Danny Hillis, «The Enlightenment is Dead, Long Live the Entanglement», *Journal of Design and Science* (2016), abgerufen am 03.11.2019, <http://doi.org/10.21428/1a042043>; Neri Oxman, «Age of Entanglement», *Journal of Design and Science* (2016), abgerufen am 03.11.2019, <http://doi.org/10.21428/7e0583ad>. ^{vii/viii} ^{4/xia} Gillian Barker, Eric Desjardins und Trevor Pearce, *Entangled Life: Organism and Environment in the Biological and Social Sciences* (Dordrecht: Springer, 2014). ^{ix/xii} Elizabeth Pennisi, «No Microbiome is an Island, Unprecedented Survey of Hawaiian Valley Reveals», *Science* (2019), abgerufen am 03.11.2019, <http://doi.org/10.1126/science.aaz2907>. ^{xiii/xiv} Colin Averill, zitiert in Pennisi, «No Microbiome is an Island».

Alle genannten Beispiele haben eine Botschaft gemein: Nichts findet isoliert statt. Nichts schwebt in einem abstrakten, leeren Raum – entgegen der Vorstellung, die von einigen Denktraditionen vertreten wird. Der Ökologe Barry Commoner formulierte das erste und grundlegendste seiner vier «Gesetze der Ökologie» so: «Everything is connected to everything else». ☒☒ Dieses Konzept einer allumfassenden Verknüpfung muss jedoch verfeinert werden, wenn es nicht missbräuchlich angewandt werden soll. Donna Haraway relativierte diese Verbundenheit wie folgt: «Nothing is connected to everything, everything is connected to something!» ☒☒ Verbindungen können indirekt und mittelbar sein, und dies in vielfältiger Weise. Sie können auch unterschiedlicher Natur sein: kausal, funktional, instrumental, zufällig, periodisch, parasitisch oder symbiotisch, um nur einige Beispiele zu nennen. Die Erde und ihre Atmosphäre sind alles andere als ein leerer Raum. Alles auf unserem Planeten ist in Ströme von Materie und Energie eingebettet. Es handelt sich um eine dynamische Umgebung, die eine unbeschreibliche sensorische und kreative Fülle bereithält.

Wie können wir uns dem nun öffnen? Was können Kunst- und Designschaffende tun, wenn wir davon ausgehen, dass alles miteinander in Verbindung steht und die gegenwärtigen technischen Lösungen die oben dargelegte Umweltausbeutung weiter fortsetzen? Haben in dieser komplex verflochtenen Welt Begrifflichkeiten wie «Nutzer*in», «Zielgruppe» oder «Zuschauer*in» überhaupt noch Gültigkeit? Wie gelingt uns die Abkehr von Praktiken, die unsere materielle Bindung an unsere Umwelt verringern, und die Hinwendung zu Praktiken, die Verbundenheit, Sorgsamkeit und Lust an der Welt fördern? Als Arbeitshypothese schlagen wir zwei Herangehensweisen vor: Die Einstimmung («attunement») auf die Umwelt sowie die Nutzung von Hebelwirkungen («leveraging»).

VORSCHLAG 1: EINSTIMMEN!

(«ATTUNE!»)


Wenn wir uns auf unsere Umwelt einstimmen, öffnen wir uns ihren Dynamiken und werden einer Ökologie oder Umgebung in all ihrer Komplexität, Bandbreite und Tiefe gewahr. Designerinnen und Designer wenden dieses Verfahren in der Regel ausschließlich auf Menschen an (z. B. mittels empathischer Methoden); die Lebenswelt wird dabei als mehr oder minder stabiler Kontext begriffen, innerhalb dessen menschliches Handeln stattfindet. Es gibt jedoch eine Welt nichtmenschlicher Organismen und Phänomene, wie etwa Mikrobiome des Bodens oder Vulkane, die voller Aktivitäten steckt, Kunst- und Designschaffenden aber nicht direkt zugänglich ist. Eine erste Herausforderung wäre demnach, einen Zugang zu solchen Dynamiken von Ökologien zu schaffen, ohne dabei unseren Fokus auf menschliche Aktivitäten und Artefakte zu verlieren.

Um dies zu bewerkstelligen, könnten wir unsere Aufmerksamkeit verlagern und empathische Methoden auf natürliche Entitäten außerhalb des Menschen anwenden. Dabei besteht jedoch die Gefahr der Anthropomorphisierung, sofern wir uns auf bekannte Methoden stützen. Beim Betrachten des Solfatara-Kraters wird sich die oder der Betrachtende an Geschichten über diverse Ausbrüche erinnern und blubbernde Geräusche, Schwefelgestank sowie Hitze wahrnehmen – all dies erzeugt ganz spontan tiefe menschliche Empfindungen, die sich leicht auf den Vulkan selbst übertragen lassen (z. B. Angst oder Wut). Wir müssen daher neue Wege finden, wie wir uns auf unsere Umgebung einstimmen können; in der Kunst und der Anthropologie geschieht dies bereits, etwa durch Soundwalks oder sonstige Sensibilisierungstechniken, ☒☒ oder durch Feldforschung im Rahmen einer «Anthropologie




☒☒ Barry Commoner, *The Closing Circle: Nature, Man, and Technology* (New York: Knopf, 1971), 33.



☒☒ Donna J. Haraway, *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene* (Durham: Duke University Press, 2016), 31.

jenseits des Menschen».  [FIG. 1 ↪ P. 250]








Bei der Einstimmung ist von entscheidender Bedeutung, sich Zeit zu nehmen, in einer Umgebung zu sein und Dinge, Organismen sowie Phänomene wahrzunehmen. Dieser Ansatz kann von der Feldforschung bis zum ersten Ideenentwurf und auch darüber hinaus ausgeweitet werden – bis hin zu Interventionen in bestehende Ökologien oder zur Entwicklung von Technologien, die weit über gamifizierte, benutzerfreundliche Interaktionen hinausreichen. Technologien können die Geduld und die Verbindung zur Umwelt fördern (wie etwa bei einem Teleskop). Üblicherweise erwarten wir von Technologie eigentlich harte Fakten, keine langfristige physische Interaktion mit unserer Umwelt.  Wir müssen uns eine Haltung aneignen, in der Geduld und Umsicht im Vordergrund stehen, wenn wir diese dynamisch fließenden Ökologien («flow ecologies») verstehen und mit ihnen arbeiten wollen. Eine weitere Herausforderung besteht folglich in der Entwicklung von Interventionen, die Ökosysteme gedeihen lassen – und zwar nicht ausschließlich nach den Bedürfnissen des Menschen. [FIG. 2 ↪ P. 253]

VORSCHLAG 2: HEBELWIRKUNGEN NUTZEN! («LEVERAGE!»)

Unser Ansatz der Intervention und Zusammenarbeit mit Ökosystemen stützt sich auf unsere Untersuchungen von Materialien als aktiven Partnern innerhalb eines Konversationsparadigmas.  Wir schlagen die Nutzung von Hebelwirkungen vor, um die mittels Einstimmung gewonnenen Erkenntnisse in den Bereich des Gestaltens einzubringen und dabei den Blick weg vom einzelnen, isolierten Objekt hin zu dynamischen Ökosystemen zu wenden. Hebelpunkte sind die Stellen in einem komplexen System, an denen bereits kleinste Verschiebungen große Veränderungen im gesamten System auslösen können.  Das Konzept der Hebelpunkte wurde von Donella Meadows entwickelt, die als Co-Autorin am wegweisenden Bericht des Club of Rome mitwirkte.  Es

stammt aus der allgemeinen Systemtheorie und ist in der Wirtschaft und im Finanzwesen weit verbreitet. Erst in jüngster Zeit fand das Konzept auch in der Nachhaltigkeitsforschung Anwendung.  In Kunst und Design spielte es bislang jedoch noch eine vergleichsweise geringe Rolle. 

Im Kontext des Gestaltens bieten Hebelpunkte eine wirksame, umsichtige Möglichkeit, in funktionierende Systeme einzugreifen. Sie scheinen sich insbesondere dafür zu eignen, auf dynamisch fließende Ökologien Einfluss zu nehmen und diese zu formen. Hebelpunkte finden sich in den physikalischen Schichten eines Systems (z. B. in Strömen, Beständen [«stocks»], Verzögerungen, Rückwirkungen und Strukturen im Allgemeinen), aber auch auf höherer Ebene (z. B. beim Zugriff auf Informationen, Regeln und Intentionen). Sie schaffen Zugang zu Macht. Statt der Aneignung von Kontrolle über ein System empfehlen wir einen

-
-  Maja Kuzmanovic und Nik Gaffney, Hgg., *Dust & Shadow Reader 2*, CC-BY-SA, 2019, abgerufen am 05.10.2019, <http://fo.am/publications/dust-shadow-reader-2>.
-  Eduardo Kohn, *How Forests Think: Toward an Anthropology Beyond the Human* (Berkeley: University of California Press, 2013).
-  Während unseres Forschungsprojekts «It's all Just Air» empfanden viele Teilnehmende die Technologien als schwierig, bei denen sie auf Windphänomene warten mussten, im Gegensatz etwa zur Interaktion mit Windkanalmodellen. Letztere ermöglichten ein höheres Maß an Kontrolle und Vorhersehbarkeit, auch war die Dauer der Aktivität viel kürzer als bei Interaktionen im Freien.
-  See Liquid Things, abgerufen am 03.11.2019, <http://www.liquidthings.net>;
-  Roman Kirschner, «Zum Paradigma materieller Aktivität in den Plastischen Künsten» (PhD diss., Kunsthochschule für Medien Köln, 2017), 207–239.
-  Donella Meadows, *Leverage Points: Places to Intervene in a System* (Hartland: The Sustainability Institute, 1999), 1.
-  Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jørgen Randers und William W. Behrens, *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind* (New York: Universe Books, 1971).

gemäßigteren Ansatz: eine Strategie der subtilen und unzerstörerischen Interventionen. Mithilfe von Hebelpunkten lassen sich überdies Handlungen verstärken, Wirkungen veranschaulichen und Vernetzungen sowie Kopplungen aufzeigen.

ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Unsere Vorschläge beruhen auf existierenden, komplexen Verflechtungen, die als Ausgangspunkt für die kreative Praxis dienen. Für Forschende sind eine geschärfte Aufmerksamkeit gegenüber der Umgebung, die Wahrnehmung fortlaufender Prozesse sowie eine dezidierte Anpassungsbereitschaft der Schlüssel zu einem neuen Verständnis von Komplexität – einer Komplexität, die über Zahlen und Modelle hinausgeht, welche uns so oft nicht weitergebracht haben, wie Meadows unterstrich. Unsere Methoden sind zwar nicht quantitativ, doch sie erfordern Gewissenhaftigkeit und Iteration wie auch Offenheit und Umsicht in Bezug auf vorhandene Situationen. Wir können unsere Umgebungen nicht einfach als physische Resource oder abstrakten formalen Kontext im Dienste unserer Praxis behandeln und nur mittelbar durch Bilder, Karten und Modelle auf sie zugreifen. Vielmehr müssen wir lernen, mit der Komplexität und den Unvorhersehbarkeiten in verwobenen, räumlich-zeitlichen und materiellen Strömen umzugehen. Es ist an der Zeit, dass wir uns auf unsere Umwelt einstimmen und Hebelwirkungen nutzen!



Nam C. Nguyen und Ockie J. H. Bosch, «A Systems Thinking Approach to identify Leverage Points for Sustainability: A Case Study in the Cat Ba Biosphere Reserve, Vietnam», *Systems Research and Behavioral Science* 30, Nr. 2 (2013): 104–115; David J. Abson et al., «Leverage points for Sustainability Transformation», *Ambio: A Journal of the Human Environment* 46, Nr. 1, (Feb 2017): 30–39; Joern Fischer und Maraja Riechers, «A Leverage Points Perspective on Sustainability», *People and Nature* 1, Nr. 1 (2019): 115–120.



Dan Lockton, «Affordances, Constraints and Information Flows as <Leverage Points> in Design for Sustainable Behaviour», *SSRN Electronic Journal* (April 2012), abgerufen am 03.11.2019, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2120901.


HALTUNG AKTIVIEREN

TEXT 5


KARIN SEILER

EINLEITUNG

Wir schreiben 2019 und die Welt scheint in einer gesellschaftlichen, politischen und ökologischen Dauerkrise gefangen. Die allgegenwärtigen Bilder brennender Regenwälder, schmelzender Gletscher, erstickender Ozeane, der bitteren Kriege und im Mittelmeer ertrinkender Menschen konfrontieren uns mit einer Vielzahl komplexer ethischer Fragen. Auf manche der damit verbundenen Aspekte reagieren wir mit dem Versuch, unseren Lebensstil zu verändern. Zumeist leben wir jedoch weiter wie immer, überfordert von der übermächtigen Präsenz schlechter Nachrichten, populistischer Politik und zynischer Konsumkultur. Was könnten wir denn anderes tun? Hier und jetzt?

Mit dieser Fragestellung beschäftigten wir uns Anfang 2016, als viele unserer Designstudierenden sich fragten, wie sie angesichts der sogenannten Flüchtlingskrise aktiv werden sollten,  in deren Verlauf immer mehr Menschen auf der Flucht vor dem Krieg in Syrien in der Schweiz ankamen. Die Dringlichkeit der Lage konfrontierte uns stärker als sonst mit dem Dilemma, eine Krise aus der Distanz der Nachrichten zu verfolgen und andererseits das akute Bedürfnis zu verspüren, selber zu handeln. Viele Studierende, Lehrende und an der Hochschule Beschäftigte organisierten Aktivitäten, um Bewusstsein für das Thema zu schaf-

fen und Spenden zu sammeln, oder leisteten freiwillige Dienste für Hilfsorganisationen. Dabei kamen weitere Fragen auf: Wäre es in einer solchen Notsituation möglich, nicht nur als Bürgerinnen und Bürger aktiv zu werden, sondern uns auch mit unseren Fähigkeiten als Designschaffende einzubringen? Und wäre die Designausbildung ein geeignetes Umfeld dafür?

Wir erkannten das Bedürfnis der Studierenden, etwas zu unternehmen gegen ein globales Problem, das plötzlich in unmittelbare Nähe gerückt war, und sich nicht einfach davon überwältigen zu lassen. Anlässlich des ZHdK-Designsymposiums 2016, das dem Thema Designaktivismus  gewidmet war, ergriffen Antonio Scarponi und ich (später gemeinsam mit Martin Bölsterli) die Gelegenheit, ein Unterrichtsformat zu erproben, das die Studierenden nach Zürich-Oerlikon führte. Dort lebten 250 Menschen in einer Messehalle, die zu einer temporären Unterkunft für Geflüchtete umfunktioniert worden war. Wir nannten das Projekt «Hic et Nunc» (HeN), getreu der lateinischen Wendung für ein Ereignis oder eine Handlung in der unmittelbaren Gegenwart, dem Hier und Jetzt. Darin drückt sich der Grundgedanke unseres Unterrichtsformats aus: Designstudierende im BA-Studiengang mit der durch erzwungene Migration ausgelösten aktuellen Krise zu konfrontieren. Ausgehend von einem ersten Prototypen und mit




Die Begrifflichkeit und sprachliche Darstellung migrationsspezifischer Themen stehen im Fokus journalistischer und akademischer Debatten. Vgl. Simon Goodman, Ala Sirriyeh und Simon McMahon, «The evolving (re)categorisations of refugees throughout the <refugee/migrant crisis>», *Journal of Community and Applied Social Psychology* 27, Nr. 2 (2017): 105–114.




«Take Action», Design-Symposium 2016, organisiert von Flurina Gradin und Corina Zuberbühler, Zürcher Hochschule der Künste, abgerufen am 17.11.2019, <http://designsymposium16.zhdk.ch>.









«Arts for Change», Projekte, Zürcher Hochschule der Künste, abgerufen am 17.11.2019, <http://zhdk.ch/international/arts-for-change-6312>.

Unterstützung der ZHdK-Initiative «Arts for Change»  entwickelten wir eine Reihe von Kursen und schließlich eine Methodik für die praktische Lehre von Social Design im Rahmen des Designcurriculums, die wir weiter ausarbeiten und anhand von Prototypen testen.

Dieses fortlaufende Engagement und die damit verbundenen Forschungsaktivitäten fügen sich ein in den wiederbelebten Diskurs zur Bedeutung von Design als einem Werkzeug für gesellschaftlichen Wandel, das in der Lage ist, «nicht nur Objekte, sondern auch Beziehungen zu formen».  Vor diesem Hintergrund dient das Projekt Hic et Nunc in diesem Beitrag als Fallstudie, um die Wirkungen und Ergebnisse der vorgeschlagenen Methodik zu reflektieren. Durch die eingehende Beobachtung kollektiver Lernerfahrungen begann ich, über das Konzept der «Haltung» nachzudenken und es vertieft zu hinterfragen. Im Kern ging es dabei nicht darum, was sich mit Design erreichen lässt, sondern was die Designausbildung leisten kann und sollte. [FIG. 1 → P. 266]

WAS KANN DESIGN LEISTEN?

Viele Designerinnen und Designer waren der Überzeugung und sind es noch, dass Design eine bessere Welt erschaffen kann.  Die berühmte Aussage von László Moholy-Nagy – «design is not a profession but an attitude»,  – mit der er den Aspekt der persönlichen Haltung in den Vordergrund rückt, wird von der Designkritikerin Alice Rawsthorn in ihrem unlängst veröffentlichten Buch *Design as an Attitude*  aufgegriffen und neu kontextualisiert, entsprechend der Prämisse «that in whichever form it manifests, good design should be ethically conscious and aspire to be a positive agent of change».  Rawsthorn folgt Victor Papaneks Auffassung, dass Designschaffende hinsichtlich des Zusammenlebens als Gesellschaft eine moralische Verpflichtung haben,  und argumentiert: «thanks to their digital tools today's designers have been liberated to work autonomously in the attitudinal spirit advocated by Moholy-Nagy.»  Dem scheint die –

zugegebenermaßen attraktive – Vorstellung zugrunde zu liegen, dass jede Designerin und jeder Designer vom Wunsch angetrieben wird, als «positive Kraft des Wandels» zu wirken. Obschon dies auf viele zutrifft, kann diese Haltung nicht generell bei unseren Designstudierenden vorausgesetzt werden. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass die verschiedenen Designdisziplinen innerhalb des Departements Design (DDE) der ZHdK auf spezialisierte Profile hinauslaufen – so treibt viele Studierende der legitime Wunsch an, ausreichend Expertise im gewählten Bereich zu erlangen, um anschließend ihren Lebensunterhalt in der Kreativwirtschaft bestreiten zu können. 

Wenn nun Design in der neuen Auslegung von Alice Rawsthorn «kein Beruf, sondern eine Haltung» ist, welche Rolle spielt dieser Aspekt für die heutige Designausbildung? Papanek glaubte, wie Alice Twemlow ausführt, an die Rolle der Ausbildung als Ressource und potenziellen Ausgangsort für gesellschaftli-



Museum für Gestaltung Zürich und Angeli Sachs, Hgg., *Social Design: Participation and Empowerment* (Zürich: Lars Müller Publishers, 2018).



László Moholy-Nagy, *Vision in Motion*, 5. Aufl. (Chicago, IL: Paul Theobald, 1956), zitiert in Alice Rawsthorn, *Design as an Attitude* (Zürich: JRP|Ringier, 2018), 6–7.



Moholy-Nagy, *Vision in Motion*, zitiert in Rawsthorn, *Design as an Attitude*, 6–7.



Rawsthorn, *Design as an Attitude*.



Ibid., 6–7.



«The designer's [...] social and moral judgment must be brought into play long before he begins to design, since he has to make a judgment, an *a priori* judgment at that, as to whether the products he is asked to design or redesign merit his attention at all. In other words, will his design be on the side of the social good or not.» Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (London: Thames & Hudson, 1985; Nachdruck, 2006), 55.



Rawsthorn, *Design as an Attitude*, 22.



Dies zeigte sich bei einem Kurs, der als Pflichtveranstaltung erachtet wurde und nicht als Wahlfach, für das Studierende deutlich mehr Eigenmotivation mitbringen.

chen Wandel. ☒ Daher plädierte er in seinem Werk *Design for the Real World* leidenschaftlich «[for] a more generalist education for designers ☒ and the need for engagement with community organizations, NGOs, foundations, corporations, and governments, specialists in many other disciplines, and participant designers». ☒ Designhochschulen würden sich verstärkt bewusst, so Twemlow, dass es durch Produkte allein nur bedingt möglich sei, auf komplexe humanitäre Krisen zu reagieren, und verlagerten ihre Aufmerksamkeit zunehmend auf die Entwicklung von Systemen, Instrumenten und Methoden, die sozialen Wandel unterstützen. ☒

Um eine Auffassung von Design als Disziplin mit sozialer Verantwortung und als Werkzeug für gesellschaftliche Innovation (wie etwa von Ezio Manzini definiert ☒) in der Designausbildung zu verankern, braucht es entsprechende Anpassungen des Curriculums auf der praktischen Ebene. Bislang konzentriert sich die grundlegende Designausbildung im Bachelor-Studiengang der ZHdK vorrangig auf die Vermittlung bestimmter Skills, welche für die jeweilige am DDE angebotene Spezialisierung relevant sind. ☒ In vielen Projekten werden Aufträge und Fallstudien in Zusammenarbeit mit kommerziellen oder institutionellen Partner*innen durchgeführt, die auf potenzielle zukünftige Kund*innen verweisen. Projekte, die sich auf dem Feld drängender und komplexer gesellschaftlicher Probleme bewegen, sind vergleichsweise selten oder von der individuellen Wahl einzelner Studierender abhängig.

PROTOTYPING

Mit Hic et Nunc sollte ein Unterrichtsmodell getestet werden, das Designdisziplinen in einen neuen Kontext stellt und die Studierenden dabei nicht nur in Bezug auf ihr Know-how herausfordert, sondern ihnen die Gelegenheit bietet, praktisch zu erfahren, wie sie mit einem Minimum an Ressourcen ein Maximum an Wirkung erzielen – in einem sehr «realen» Setting, ☒ das sich radikal von den Gegebenheiten des kommerziell ausgerichteten Designs unterscheidet.

Die Projekte, die im Rahmen von Hic et Nunc in der Messehalle 9 Gestalt annahmen, basierten zunächst auf einer recht einfachen Designstrategie, «operating with devices, a device being a small intervention, designed to solve a small problem but capable of having an impact on a much wider area of influence. A device should have defined characteristics: reduced in scale, doable at a small budget, replicable in another context», wie Antonio Scarponi den Prozess zusammenfasst. ☒ Mit dieser Aufgabenstellung wurden Studierende aus allen sieben Fachrichtungen des DDE angesprochen. Während intensiver mehrwöchiger Workshops



Alice Twemlow, «Victor Papanek's Design Criticism for the Real World», abgerufen am 17.11.2019, <http://alicetwemlow.com/victor-papaneks-design-criticism-for-the-real-world>.



«1/ That man is by nature a generalist, a synthesist and that this heritage is ours from our past as Vikings, sailors & hunters, but that modern education is trying to create specialists and this is wrong, especially for designers.

2/ That all men are designers, question-askers, problem-solvers.

3/ That most of the problems of the world are solvable right now, that the resources exist in abundance but that they must be listed, inventoried and designed for have-nots as well as haves.»

Brief von Victor Papanek an Buckminster Fuller, *Victor Papanek: The Politics of Design*, Vitra Design Museum, 29.09.2018–10.03.2019.



Twemlow, «Victor Papanek's Design Criticism for the Real World».



Ibid.


«Design for social innovation is everything that expert design can do to activate, sustain and orient processes of social change towards sustainability.» Ezio Manzini, *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*, Übers. Rachel Coad (Cambridge, MA: MIT Press, 2015), 62.








Diese umfassen: Visual Communications, Industrial Design, Game Design, Interaction Design, Knowledge Visualization, Cast Audiovisual Media, Trends & Identity.



Für eine Dokumentation der einzelnen Kurse vgl. Hic et Nunc, <http://www.hic-et-nunc.me>.





erarbeiteten sie in zuvor festgelegten Teams und unter Berücksichtigung eines begrenzten Budgets  ihre Vorschläge. Die daraus resultierenden Veränderungen des Lebensraums wurden unser erklärtes Hauptziel; wir sprachen von einer «Raumaktivierung», ohne den Begriff formal zu definieren. [FIG. 2 ⇨ P. 266]

Das Konzept der «Aktivierung» gewann eine zentrale Bedeutung für das Projekt, denn wir aktivierten nicht nur den Raum, sondern auch das soziale Potenzial aller Beteiligten. Partizipative Methoden und Modelle wurden vorgestellt und implementiert. Im Verlauf der Jahre 2016 und 2017 wurden insgesamt drei Projekte in der Messehalle 9 in Oerlikon realisiert. Zwischen 2018 und 2019 folgten drei weitere Kurse auf dem FOGO-Areal  in Zürich-Altstetten, wo die Stadt Zürich eine neue temporäre Siedlung errichtete. Sie besteht aus drei verschiedenen Arten von Containern mit Unterkünften für Geflüchtete, Büroflächen zum Mieten,  günstigem Wohnraum für Studierende und einem sozialen Gastronomiekonzept. Die Stadt Zürich setzt damit den Gedanken um, dass die Gestaltung von Nachbarschaft eine soziale Wirkkraft haben kann: «Neighborhoods deliberately designed to be social can play an important role in facilitating a connected, active community» .

Wir arbeiteten von Beginn an eng mit der Fachorganisation AÖZ zusammen, die in der Stadt Zürich für die Unterbringung von geflüchteten Menschen zuständig ist.  Mit der Zeit gelang es uns, Vertrauen zwischen den beteiligten Institutionen und einzelnen Akteur*innen aufzubauen.  Am neuen Wirkungsort in Altstetten konzentrierten wir uns mit einer neuen Kursreihe auf die Frage, wie Designerinnen und Designer eine soziale Aktivierung bewerkstelligen können, wenn in einem sich entwickelnden Quartier sehr unterschiedliche Akteur*innen zusammenkommen, darunter auch Geflüchtete.

SOCIAL DESIGN

Die meisten Designstudierenden haben ein geschärftes Bewusstsein für die Herausforderun-

gen in einer zunehmend komplexen Welt; sie wissen: «There is design in the organization of emotional experiences, in family life, in labor relations, in city planning, in working together as civilized human beings. Ultimately all problems of design merge into one great problem: «design for life»»  Sie sind in der Lage, in Bezug auf einen bestimmten Designauftrag Abläufe zu artikulieren und aufzuzeigen, um «bestehende Situationen in erwünschte zu verwandeln».  Dabei sind sie sich insbesondere der Bedeutung ökologischer Nachhaltigkeit bewusst und ersinnen entsprechend kreative wie intelligente Konzepte. Darüber hinaus ist der Begriff Social Design  mitsamt seiner erneuten Aktualität unter den Dozierenden des DDE fest etabliert, nicht zuletzt durch jüngste interne Projekte wie die 2018 realisierte Ausstellung «Social Design» sowie den zugehörigen Katalog, der die in der Ausstellung versammelten Projekte im aktuellen Diskurs positioniert. 



Antonio Scarponi, «Hic et Nunc: What Design Can Do?», interne Notizen zu einer möglichen Recherchestrategie, Archiv Hic et Nunc, 05.12.2016.



Maximal 200 CHF pro Projekt.



Vgl. FOGO: Leben am Vulkanplatz, <http://www.fogo.ch>.



Hic et Nunc ist seit Anfang 2019 mit einem kleinen multifunktionalen Arbeitsraum vor Ort präsent und arbeitet mit verschiedenen Akteur*innen und Partnerorganisationen zusammen, z.B. <http://architectureforrefugees.ch>.



Department of Urban Studies and Planning, *Places in the Making: How Placemaking Builds Places and Communities*, Massachusetts Institute of Technology, 2013, 45, abgerufen am 14.01.2020, <http://dusp.mit.edu/sites/dusp.mit.edu/files/attachments/project/mit-dusp-places-in-the-making.pdf>.






Kenntnis des Kontexts und Aufbau von Vertrauen sind für jedes Projekt im Bereich Social Design wesentliche Erfolgsfaktoren.



Für einen zusammenfassenden Überblick zum Projekt vgl. Meret Ernst, «Doppelt wirksam», *Hochpaterre*, 06.12.2017, abgerufen am 06.02.2020, <http://www.hochpaterre.ch/diebesten/blog/post/detail/doppelt-wirksam/1512579409>.

Doch obwohl Social Design als theoretisches Konzept in verschiedenen Unterrichtsansätzen auftaucht, werden seine Implikationen für die Designpraxis meiner Ansicht nach für viele Studierende nicht greifbar. Aktivitäten im Bereich Social Design weisen häufig den Status von «Sonderprojekten» außerhalb des Pflichtcurriculums auf, geeignete Betätigungsfelder werden in der Regel nur im Ausland gefunden. Hic et Nunc will das Verständnis dafür, was Design auf lokaler Ebene unmittelbar leisten kann, erweitern und den Studierenden erste Schritte über die Komfortzone des mehrheitlich kundenbezogenen Kontexts hinaus erleichtern.

Es gehört zur Designausbildung, implizit oder explizit zu vermitteln, wie eine Designerin oder ein Designer denkt: wie – kleine und große – Probleme erkannt und gelöst werden, wie sich Muster und Verhalten analysieren lassen, «linking the concept of design to that of the solution of problems and seeing design as a problem solver, an agent for solving problems at all levels, from those in everyday life to those on a global scale».  Design Thinking hat sich zu einer Methodik entwickelt, die in vielen Bereichen erfolgreich Anwendung findet und als probates Mittel zur Problemlösung geschätzt wird. Manchmal scheint es, als könne Design die Welt retten – wären nur alle im Design Thinking versiert.  Denken ohne zu handeln erscheint manchmal einfacher, als Handeln ohne zuvor alles mithilfe unzähliger Diagramme und Grafiken genau durchdacht zu haben. Aus Sicht der Lehre kann der aktivistische Ansatz von Hic et Nunc als Alternative zu einer Denkweise betrachtet werden, welche verschiedenste Probleme als Resultat mangelnder Kreativität und Innovation statt inhärenter sozialer Strukturen sieht, um nur ein Beispiel zu nennen,  indem die Begegnung mit einer unbequemen Realität als soziale und physische Erfahrung ermöglicht wird. [FIG. 3 ➔ P. 267]

HALTUNG ENTWICKELN

Indem wir die Kurse und das Feedback der Studierenden reflektierten, setzten wir uns auch

laufend mit der Komplexität der Projektziele auseinander. Das Konzept barg viele Herausforderungen: Die wenigsten von uns hatten zuvor Kontakt mit Geflüchteten gehabt (was auch für mich galt) – wie sollten wir Menschen gegenüberstehen, von deren leidvollen Erfahrungen wir lediglich aus Medienberichten wussten? Wie konnten wir an einem Ort arbeiten, an dem Menschen wohnen, ohne in ihre Privatsphäre



Moholy-Nagy, *Vision in Motion*, 42.

Herbert A. Simon, *Die Wissenschaften vom Künstlichen*, Übers. Oskar Wiener (Berlin: Kammerer & Unverzagt, 1990), 95.

Manzini unterscheidet, weitestgehend auf Grundlage verschiedener wirtschaftlicher Prämissen, zwischen «Design for social innovation» und «Social Design», gibt aber zu bedenken: «in contemporary reality this differentiation tends to blur, as the two tend to converge and create areas of objective (and very productive) overlap.» Manzini, *Design, When Everybody Designs*, 55ff.

Museum für Gestaltung Zürich und Angeli Sachs, eds., *Social Design*.

Manzini, *Design, When Everybody Designs*, 34. «Design thinkers are a diverse group of high achieving students that see their career as an opportunity to positively impact the world. Design thinkers cited helping others, being able to create and invent, and making use of their talents and abilities as more important to their career satisfaction. They are systems thinkers that see the interconnectivity of things, not viewing themselves as separate from nature, but a part of it. Design thinkers are concerned and interested in tackling the economic, environmental, and social sustainability challenges our society is facing.» Jacquelyn Blizzard, «Design Thinkers Can Save the World: How Understanding Their Interests, Goals, and Motivations Can Inform Engineering Educators», Abstract (PhD diss., Clemson University, 2013), abgerufen am 14.01.2020, http://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/1135.



Für eine kritischere Auseinandersetzung mit der Popularität von Design Thinking vgl. Tim Seitz, «The 'Design Thinking' Delusion», *Jacobin*, 16.10.2018, abgerufen am 11.02.2020, <http://www.jacobinmag.com/2018/10/design-thinking-innovation-consulting-politics>.

einzudringen? Wie ohne gemeinsame Sprache kommunizieren? Und was war unsere Legitimationsgrundlage? Benutzen wir die Geflüchteten bloß, damit wir uns besser fühlen? Sollten wir nicht in unseren Ateliers bleiben und uns erst einmal gründlich in das Thema Postkolonialismus einlesen? Und sollte die Arbeit in einem so sensiblen Umfeld wie Übergangsunterkünften für Geflüchtete nicht qualifizierteren Menschen, beispielsweise aus der Sozialarbeit, überlassen werden? – Die Liste derartiger Fragen ließe sich noch erweitern.

Wir stellten zunächst eine Reihe von Grundregeln auf und passten den Prozess mit zunehmender Expertise und in enger Zusammenarbeit mit der AÖZ immer wieder an. Darüber hinaus bestärkten wir die Studierenden von Anfang an, den Fokus auf ihre Fähigkeiten als Designerinnen und Designer zu legen und Dinge zu schaffen, die es zuvor nicht gab und die dem Gedanken, einen «Beitrag zu leisten», eine sichtbare Form und einen persönlichen Bezug verliehen. So entstanden unter anderem eine Bibliothek, eine Ladestation, die auch als Sitzbank funktioniert, und ein begehbares Wörterbuch. Mit der Vertiefung in ihre Aufgaben wuchs die Sicherheit der Studierenden in dem Ausmaß, in dem ihr Wirken und ihre Präsenz im Raum als Wert fassbar wurden.

Im Verlauf der sich entwickelnden Beziehung zum Ort und seinen Bewohnerinnen und Bewohnern änderte sich nicht nur die Realität des physischen und sozialen Raums, sondern auch der persönliche Standpunkt der Studierenden. Die kompetente Durchführung eines Designprojekts bei gleichzeitiger Notwendigkeit eines geschärften Bewusstseins für die eigene Position im physischen und sozialen Raum setzte einen Dialog zwischen dem eigenen Handeln und einer kritischen inneren Reflexion in Gang. Am Ende des Moduls wurden von den Studierenden denn auch wichtige Fragen aufgeworfen, die wir eingehend diskutierten, oftmals jedoch nicht abschließend beantworten konnten. Es zeigte sich, dass die anfängliche Angst einer Bereitschaft gewichen war, komplexen ethischen Fragen mit einer


aktivistischen Designhaltung zu begegnen. Ich bin überzeugt, dass gerade die Unsicherheiten und Dilemmata einen der eigentlichen Mehrwerte für die Studierenden darstellten, indem sie dazu beitrugen, eine persönliche Position – mit anderen Worten: eine Haltung – herauszubilden und zu vertiefen.

Nach Manzini besteht die soziale Komponente von Design in der Schaffung von Bedeutung, während die eigentlichen Objekte dem physischen Bereich angehören. Wenn nun Designerinnen oder Designer als, wie er es bezeichnet, «place makers» agieren, fallen die Dimensionen von Problemlösung und Sinnstiftung zusammen.  Ich möchte hier noch einen weiteren Gedanken hinzufügen: Beim Konzentrieren auf eine konkrete Aufgabe bei gleichzeitiger aktiver Aufmerksamkeit für den sozialen Raum eröffnet sich für die Designerin oder den Designer eine zusätzliche Dimension. Soziale Interaktionen, die sich beiläufig während der Gestaltung (nützlicher) Dinge ergeben, werden sich von solchen unterscheiden, die um der Interaktion willen stattfinden. Die Beschäftigung mit dem physischen Gegenstand wird zum Mittel, das soziale Interaktion ermöglicht, ohne eine Aktivität, die eigens darauf abzielt, eine bestimmte Gruppe von Menschen einzubeziehen. So können allgegenwärtige paternalistische Muster ein Stückweit verringert oder zurückgedrängt werden. 

Nach einem der Kurse auf dem FOGO-Areal merkte einer der Studierenden an, dass seiner Ansicht nach die persönliche Haltung der Lehrenden nicht in den Unterricht gehöre. Diese Bemerkung ließ mich nicht los, drückte sie doch scheinbar das genaue Gegenteil dessen aus, was wir hatten erreichen wollen. Also traf ich mich später zu einem Gespräch mit dem Studenten. Die lebhafteste Diskussion drehte sich





Manzini, *Design, When Everybody Designs*, 46. Mit und an dieser Hypothese arbeiteten wir im letzten Kurs, in dessen Verlauf wir durch Einbeziehung und Mitwirkung von Studierenden der Theaterpädagogik und Kunsterziehung unsere Methodik erweiterten.

zunehmend um Fragen persönlicher Unsicherheit und einer allgemeinen Angst vieler Studierender, zurückgewiesen oder negativ bewertet zu werden, wenn sie ihre Meinungen und Sichtweisen freimütig kundtun. Dies wiederum bestätigte meine Überzeugung, dass wir in der Verantwortung stehen, den Studierenden Möglichkeiten dazu bieten, ihre persönliche Haltung zu formen, indem wir sie behutsam bei einem Prozess begleiten, der einen sozialen Mehrwert schafft. Dabei gilt es, sie in ihrer Unabhängigkeit von unserer Zustimmung und in ihrem Selbstvertrauen zu stärken, damit sie Stellung beziehen können zu den Themen, die ihnen als Bürger*in oder Designer*in im Hier und Jetzt wichtig sind – und sie, mit den Worten von Alice Rawsthorn, zu befähigen, «to be bold enough to identify the causes they wish to embrace». 

Es geht dabei nicht darum, durch Design die Welt zu retten. Vielmehr sollen sich künftige Designerinnen und Designer selbstbewusst über die Werte und Prozesse äußern können, mit denen sie beitragen zur Welt, in der wir leben. Haltung ist also nicht als inhärenter Antrieb zu verstehen, der die Designerin oder den Designer nach ehrenwerten Zielen streben lässt, sondern als Fähigkeit, die eigene Position und Perspektive in Bezug auf den Beruf mit Bedacht zu definieren und zu formen. Dazu sind Mut und Selbstvertrauen erforderlich, beides kann und wird über die Zeit aufgebaut werden. Beide Eigenschaften sollten Teil der beruflichen Qualifikation unserer Studierenden sein, mit dem Ziel, dass sie selbstbewusst eine eigene Haltung einnehmen können.

EPILOG

Gegenwärtig gibt es es in einem Umkreis von zwei Kilometern vom Campus der ZHdK drei Wohnprojekte für Geflüchtete, davon eines direkt gegenüber dem Hochschulgebäude.  Unbestritten sind die Menschen, die für einen kürzeren oder längeren Zeitraum dort leben werden, unsere Nachbarinnen und Nachbarn – und wir ihre.  Wir teilen uns nicht nur eine Stadt, sondern einen nachbarschaftlichen

Raum. Unsere Handlungen als Nachbar*innen sind Ausdruck und Spiegelbild unserer Haltung und Vision als Designschaffende – in Bezug auf Möglichkeiten des Zusammenlebens, die authentische Rolle von Design und die Befähigung künftiger Designerinnen und Designer, mit der Vielzahl von praktischen und ethischen Dilemmata, die uns erwarten, umgehen zu können. [FIG. 4 ⇨ P. 267]



Rawsthorn, *Design as an Attitude*, 22.

Die Fertigstellung des neuen Zürcher Bundesasylzentrums ist für Ende 2019 geplant. Die Wohnanlage mit 350 Schlafplätzen befindet sich auf dem Duttweiler-Areal gegenüber der ZHdK. Die ZHdK hieß die Beschäftigten des Bundesasylzentrums mit einem kleinen Getränkeempfang willkommen. Die Bewohnerinnen und Bewohner waren kein Gesprächsthema.

