



Die Zukunft der Gestaltung

Die Dritte Deutsche Designdebatte in Frankfurt am Main untersucht zum 70-jährigen nichts Geringeres als die Zukunft der Welt.

Von Oliver Herwig

Der Ort: historisch. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer: prominent. Der Anlass: hochaktuell. Die Dritte Deutsche Designdebatte in Frankfurts Paulskirche nahm die Zukunft der Gestaltung in den Blick. Im Herzstück deutscher Demokratie ging es ums Ganze: um De-Kolonialisierung, Partizipation, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft. Natürlich stand die große Frage im Hintergrund: Welchen Beitrag kann Design zu einer besseren Welt leisten?

David Kusuma, Präsident der World Design Organization (WDO), war sichtlich überrascht, in einer Kirche über Design zu sprechen – so habe er noch nie an einem solchen Ort eine Rede gehalten. Der promovierte Materialwissenschaftler stellte sofort die globale Bedeutung von Gestaltung heraus als „entscheidender Weg zu einer besseren Zukunft in allem, was wir tun“. Kusuma ging jedoch weit über Verallgemeinerungen hinaus und benannte ein Dilemma: Design habe zwar die Macht, die Lebensqualität weltweit zu verbessern, werde aber von politischen Entscheidenden zu wenig wahrgenommen, geschweige denn verstanden. Daher werde Designpolitik in Zukunft eine entscheidende Rolle spielen. Als Beispiel zog Kusuma die gegenwärtigen Nachhaltigkeitsziele der UNO heran: Diese seien ohne Beteiligung von Designerinnen und Designern entstanden und im Zeitraum bis 2030 kaum zu verwirklichen. Das aber solle sich ändern. Neue, realistische Nachhaltigkeitsziele wolle die WDO künftig mit formulieren und bei der Umsetzung helfen. Angesichts komplexer Herausforderungen wie Klimawandel, einer stetig wachsenden Urbanisierung sowie technologischer Konvergenz bleibe Design der Schlüssel, den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen: „Wir müssen die Macht des Designs nutzen, um Gemeinschaften integrativer, sicherer, widerstandsfähiger und natürlich nachhaltiger zu machen.“ In einer Zeit, in der sich ein Großteil der Welt immer stärker fragmentiere sei der Zeitpunkt der Veranstaltung mit dem Titel „Creating Community“ ideal: Sie erinnerten uns daran, dass Design uns vereinen und verbinden könne.

Die Macht des Designs nutzen

Kein Wunder, dass alle Referentinnen und Referenten das Potential und die Verantwortung von Design beschworen. Der Young Designers Circle – ein internationales Nachwuchs-Netzwerk der WDO, das die Kreativität und die Ambitionen der nächsten Generation von Designerinnen und Designern

bündelt – vertreten durch **Kimia Amir-Moazami**, **Muhammed Khan** und **Pedro Sáez Martínez**, konzentrierte sich auf die Kraft der Partizipation anhand konkreter Beispielprojekte wie „Not There Yet“.

Die energetische Italienerin **Francesca Bria**, Beraterin der EU, mahnt mehr Tempo an bei der digitalen Transformation in Deutschland. Mit Blick auf ihre erfolgreiche Umgestaltung Barcelonas zeigte sie den Zusammenhang von Datendemokratie und politischer Partizipation auf: „Wir brauchen echten Wandel und ein neues Wohlfahrtsmodell,“ bei dem Daten nicht länger in der Hand weniger Unternehmen verblieben, sondern den Menschen vor Ort zugute kämen – wie der Stadtverwaltung, die damit zielgenauer planen und Entscheidungen treffen könne. In ihrem Graswurzel-Ansatz gehen Kunst, Ökologie und Demokratie Hand in Hand, angetrieben vom Rohstoff des 21. Jahrhunderts: Daten als Allmende. Bria kann so selbst der „Polycrisis“ etwas Gutes abgewinnen: Städte werden Treiber des Wandels, Daten zum Katalysator der zirkulären Transformation, indem sie als Teil der Infrastruktur öffentlichen Mehrwert schaffen.

Das machte auch **Sunny Dolat** klar, Modekurator und Kulturproduzent, der 2012 die multidisziplinäre kenianische Gruppe „Nest Collective“ mitgründete. Dolat brachte eine neue Perspektive ein: Design als Mittel, gestohlene und unterdrückte (afrikanische) Identitäten zurückzugewinnen. Mit „Design Identities: Building and Reclaiming Black African Narratives“ wandte er sich dezidiert gegen koloniale und eurozentrische Perspektiven, gegen die monolithische Aneignung der Kolonialmächte und für authentische afrikanische Geschichte(n). Sein Fazit: Die Gestaltung afrikanischer Identitäten gelinge durch kulturelle Repräsentation, Nachhaltigkeit und sozialen Aktivismus: „Design heißt Rückgewinnung von Handlungsfähigkeit.“

Die Ohnmacht der Designausbildung ändern

Hartmut Esslinger nutzte seinen Beitrag zu einer Generalabrechnung mit der Designausbildung in Deutschland. Als „Designer for industry“ habe Gestaltung immer mit Politik zu tun, schließlich habe er höchstselbst einen Beitrag geleistet „zum Verlust einiger deutscher Schlüsselindustrien“, begann Esslinger kokettierend, um dann kein gutes Haar an der hiesigen Automobilindustrie zu lassen: „Design ist zur modischen Verschönerung verkommen.“ Statt selbst für nachhaltige Innovationen zu sorgen, suche „man Heil in Zielgruppenakrobatik“. Doch nicht nur die Unternehmen, auch die Politik stünden echter Innovation im Weg. Seine Lösung für das magische Dreieck aus „Gestaltung – Technik – Wirtschaft“ verband Esslinger mit einer Liebeserklärung an die Jungen: „Deutschlands De-Industrialisierung muss mit einer besseren Generation von jungen kreativen Machern – die wir ja haben – gestoppt werden.“ Diese bräuchten freilich eine neue Ausbildung, eine, die in einer Creative Sciences University gelehrt werde, einer Kombination aus konvergenten Designmethoden – „Design Thinking ist ja lächerlich“, Intensivworkshops („Berührung mit echten Problemen“), Wissenschaft (Nutzerforschung und Anthropologie) sowie Betriebswirtschaftslehre. Esslingers Prognose: Nur „wenige kommen durch.“ Sein Gegenmodell zu einer „dilettantischen, berufsfremden Designausbildung“ als modisches Anhängsel an Kunsthochschulen ohne Verständnis für Technologie und einer „kreativitätsfeindlichen Wirtschaftspolitik“ zielt auf Multitalente, die Design zur Chefsache machten, auf Gestalter als Vermittler zwischen Disziplinen. Denn „mit Dummköpfen, die nur skizzieren, kann niemand etwas anfangen.“ 50 Prozent des Erfolgs beruhten auf der Fähigkeit, komplexe Prozesse zu visualisieren und zu präsentieren“ – diese Designtalente verdienten eine elitäre Universität.

Die Masse der Daten dirigieren

Stardesigner **John Maeda** schließlich stellte sich der wohl größten Herausforderung im Design der Gegenwart: KI. Ist sie nun Bedrohung menschlicher Kreativität oder gar nützliches Werkzeug? Der Meister des Informationsdesigns machte klar, dass sich Designerinnen und Designer gar nicht leisten könnten, auf eine solche Entwicklung zu verzichten. Eines aber sollten alle Gestaltenden dabei bewahren: ihre kritische Grundeinstellung: „Kritisches Denken ist eine Kerneigenschaft von Design. Und diese Technologie braucht mehr davon.“

Dem schloss sich **Kate Crawford**, leitende Wissenschaftlerin bei Microsoft Research, an – mit einem kleinen Twist: Künstliche Intelligenz sei ein fundamentaler Umbruch unserer Kultur, vergleichbar nur der Erfindung der Fotografie oder der Entdeckung der Perspektive in der Malerei der Renaissance. Und weil wir der weitgehend unverständlichen KI fast schon magische Aspekte zuschrieben, komme es darauf an, genau zu verstehen, was nun passiere, etwa mit den Urheberrechten. Wenn selbst Mickey Mouse, „das wahrscheinlich am aggressivsten verteidigte Stück Urheberrecht“ in den Malstrom der Daten gesaugt werde, stünden wir mitten in einer Krise des Urheberrechts angesichts der wohl größten Aneignung von Allmende in der Geschichte. Da Maschinen nicht Eigentümer von Urheberrechten sein könnten (zumindest in den USA), passiere folgender Austausch: Wir hätten nun Zugriff auf die gesamte Kulturgeschichte, gäben aber selbst jeden Anspruch auf Urheberrecht ab, wenn wir Arbeiten mit Hilfe der KI verfassten. Das größte Experiment am globalen Nach-Urheberrecht habe drei Konsequenzen: Wir alle trainierten die KI mit unseren Bildern und Posts im Internet, wir alle gäben unseren Fähigkeiten in das System, und wir besäßen keine Rechte mehr. Crawford's Konsequenz: Im Tausch für kreative Leistungen verlieren wir Urheberrechte. Zumindest in Europa ist das letzte Wort dazu noch nicht gesprochen, und immer mehr Künstlerinnen/Künstler und Designerinnen/Designer fordern ihre Werke aus den Fängen der Datenkraken zurück. Wie meinte doch **Prof. Mike Richter**, Präsident Rat für Formgebung, in seiner Einführung, als er mit Donald Norman die Rolle von Designerinnen und Designern als Teil des Problems und Teil der Lösung ansprach. Diese Ambivalenz vollends in kreative Energie und echten Wandel zu verwandeln, wird Aufgabe der Zukunft sein. Das wiederum war ganz im Sinne von **Lutz Dietzold**, Geschäftsführer Rat für Formgebung, der in seinem Eingangsstatement die gesamtgesellschaftliche Aufgabe des Designs im Allgemeinen und dieser Institution im Besonderen herausstellte. Seine Forderung an die Adresse der Politik: Rahmenbedingungen schaffen und gestalten. Die Stellung von Design innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft zu schärfen werde wiederum eine gemeinsame Anstrengung.

Der Dritten deutsche Designdebatte gelang es in einem hoch konzentrierten Programm, unterschiedliche Perspektiven, Ansätze und Generationen miteinander in Verbindung zu bringen: Die Sprecherinnen und Sprecher warfen Fragen auf, formulierte Thesen, erzeugten Widersprüchen und schufen neue Perspektiven, die maßgebende Impulse für alle Akteurinnen und Akteure der Design- und Kulturszene lieferten.