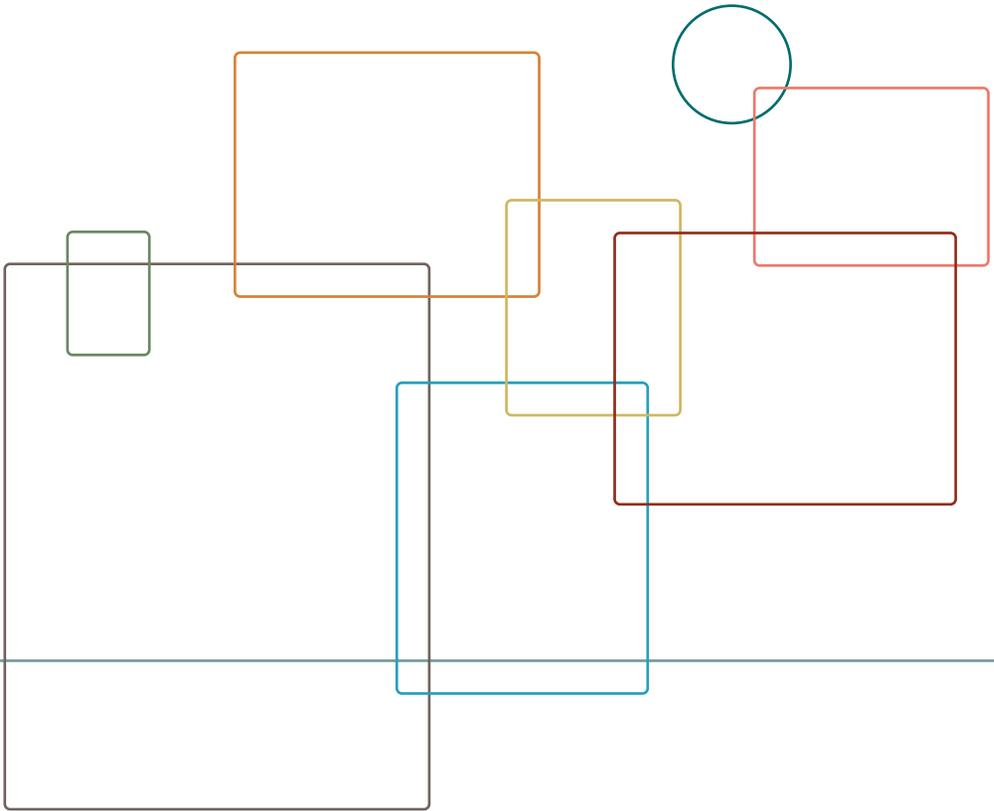


**BERND DRASER UND ELMAR SANDER**



# **NACHHALTIGES DESIGN**

HERKUNFT, ZUKUNFT, PERSPEKTIVEN

# INHALT

- 8 VORWORT
- 12 **KAPITEL 1 (PRÄLUDIUM): ZWEI BEGRIFFE  
ZWISCHEN SEMANTISCHER UNSCHÄRFE UND  
WISSENSCHAFTLICHER FUNDIERUNG**  
Begriffe mit Steinbruchmentalität 14 • Design in aller Kürze:  
Von *designare* zum Design 16 • Design zwischen Lifestyle und  
Wissenschaft 19 • Nachhaltigkeit in aller Kürze: Von Carlowitz zu  
den SDGs 23 • Nachhaltigkeit zwischen Lifestyle und Wissenschaft 28  
Design braucht Sinnhaftigkeit, Nachhaltigkeit braucht Sinnlichkeit 32
- 36 **KAPITEL 2: DIE GEBURT DES DESIGNS UND  
DER NACHHALTIGKEIT AUS DEM GEIST DER  
INDUSTRIALISIERUNG**  
Ares steht für das Design – ein Drama in fünf Akten 39  
Aphrodite steht für die Nachhaltigkeit 47 • Im Netz des Hephaistos 49  
Die Grundfragen des Nachhaltigen Designs 50
- 60 **KAPITEL 3: GEBURTSHELFER DES DESIGNS UND DER  
NACHHALTIGKEIT: DIE SCHWELLENZEIT 1750 – 1815**  
Fröhliche Wissenschaft: Mündigkeit und Komplexität 63 • Ordnung  
im Walde: Der Forst als Ressource 65 • Der Moloch wächst:  
Urbanisierung und soziale Disruptionen 68 • Auf neuen Gleisen:  
Beschleunigung und Standardisierung 69 • Revolution, Genie und  
Happiness 71 • Beantwortung der Gretchenfrage 73
- 76 **KAPITEL 4: ÄSTHETISCHE DISKURSE ERÖFFNEN  
DEN WIRKUNGSBEREICH DES DESIGNS**  
Skulptur und Diskurs 78 • Mimetische Variationen 79 • Kunst und  
Erlösung 81 • Laokoons normative Einfalt 81 • Goethes prometheische  
Originalität 84 • Wackenroders ästhetische Herzensergießungen 86  
Hegels absolute Kunstreligion 88 • Schillers ästhetische Revolutions-  
Prophylaxe 90 • Ort der Kunst – Platz der Kunst 93 • Kunst und Design 95

- 98      **KAPITEL 5: RELIGIÖSE MUSTER UND ETHISCHE FRAGEN IM NACHHALTIGEN DESIGN**  
 Hegen, Pflegen, Unterwerfen 100 • Feuer, Fluten und Propheten 101  
 Das Laster der Propheten 103 • Von Jonas zu Jona 105 • Zeigefinger, Mittelfinger, Fehlschlüsse 108 • Prävalenz der Innerlichkeit 112  
 Der Luther-Gap 113 • Weber, Wachstum, Protestanten 114 • Lob des Ablasshandels 115
- 118      **KAPITEL 6: NACHHALTIGES DESIGN UND UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG**  
 The Business of Business is Business 121 • Mit Friedman gegen Friedman 122 • Philanthropischer Zuckerguss 123 • Stockholder versus Stakeholder 125 • Konvergenz von CSR und Nachhaltigkeit 126  
 Ein Treuhänder-Moment 128 • Viele Pfade, kein Mittelweg 129 • Drei Typen von Greenwashing 131 • Nachhaltiges Design und *Entrepreneurial Passion* 132 • Unternehmerische und gesellschaftliche Innovationen 134 • Skalen, Exemplare und Diskurse 136 • Markt und Innovation 138
- 140      **KAPITEL 7: VON DER STOFFLICHKEIT ZUR SCHÖNEN FORM: NACHHALTIGES DESIGN IM ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG**  
 Impressionen vom nebligen Neuland 142 • Begehren nach Distanz-kommunikation 143 • Begehren nach Speichern und Abrufen 145  
 Begehren nach instantaner Verfügbarkeit 146 • Begehren nach Faustkeil und Zauberstab 149 • Begehren nach Sichtbarmachen des Unsichtbaren 149 • Oberfläche und Tiefe 151 • Zergliedern des Sichtbaren 152 • Infrastrukturen und Stoffströme der Digitalisierung 154 • Metallurgische Herkünfte 157 • Labyrinth und Kreislauf 158 • Disruptionen der Digitalisierung 161 • Design und Digitalisierung 162

- 166 **KAPITEL 8: KRITERIEN FÜR NACHHALTIGE DESIGNPROZESSE**  
 Kriteriologische Anker im Horizont unendlicher Möglichkeiten 168  
 Vom guten Design zum Axiom der Nachhaltigkeit 171 • Nachhaltiges Design als Entwurfsprozess 177 • Nachhaltiges Design behauptet nicht, sondern lässt sich rechtfertigen 179 • Vom Warum zum Wie: Nachhaltiges Design ist verstehendes Design 180 • Vom Wie zum Was: Nachhaltiges Design führt Sinnhaftigkeit und Versinnlichung zusammen 183 • Nachhaltiges Design bedeutet Kongruenz von Inhalt und Form 184 • Der Kreis schließt sich 186
- 190 **KAPITEL 9: NACHHALTIGES DESIGN ALS VERMITTLUNG VON KOMPLEXITÄT**  
 Komplexität: Herausforderung und Schlüsselkompetenz des 21. Jahrhunderts 193 • Zwischen komplex und kompliziert liegt Design 197 • Von der Ikonografie der Pandemie zur Kommunikation systemischer Risiken 198 • Informationsvisualisierung als komplexitätskompetente Nachhaltigkeitskommunikation 201  
 Handlungsfähigkeit im »Ozean der Inkompetenz« 204
- 208 **KAPITEL 10: NACHHALTIGES DESIGN ALS BRÜCKE IN KONKRETE LEBENSWELTEN**  
 Die Vielfalt der Lebenswelten als Teilmengen eines Gesamtbildes 212  
 Ein Kanal ist keine Einbahnstraße 216 • Der Wille zur Transformation ist da 220 • Gräben, wohin das Auge reicht 221 • In der Drachenhöhle 223  
 Pontifex Aestheticus 226 • Gelingende Nachhaltigkeitskommunikation 227 • Vorläufig nachhaltig 230
- 234 **KAPITEL 11: CONCLUSIO**  
 Nachlese 237 • Nachhaltiges Design und benachbarte Design-Begriffe 241 • Nachhaltiges Design in der Lehre 242 • Indikatoren für die Wirksamkeit von Design 243 • Kairós – rechtes Maß und rechter Augenblick 244
- 246 LITERATUR

# VORWORT

»Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?«

»Was bedeutet Design für Sie?«

»Worin sehen Sie den Zusammenhang zwischen  
Nachhaltigkeit und Design?«

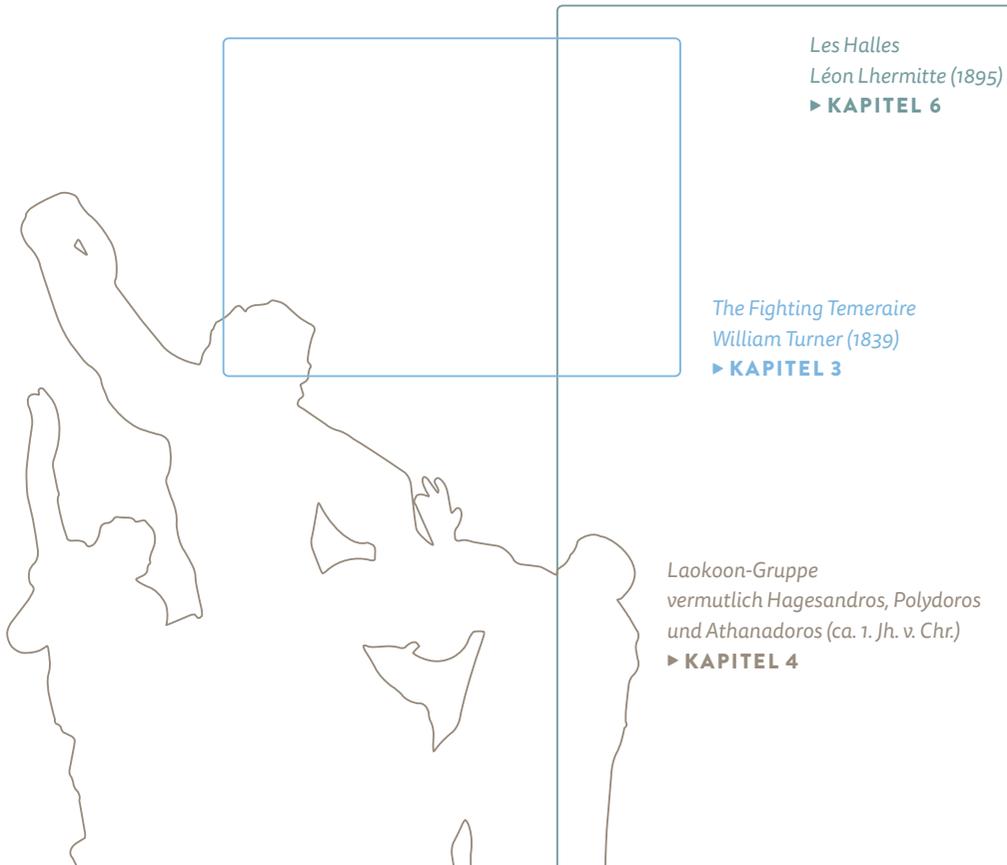
Fragen wie diese haben die beiden Autoren dieses Buches in den vergangenen fünfzehn Jahren mehrere Tausend Mal gestellt. Nicht als mühsamer Einstieg zum Smalltalk beim Stehtisch-Empfang, sondern im Rahmen der Aufnahmeprüfungen für den Studiengang *Nachhaltiges Design*, die Bernd Draser und Elmar Sander seit vielen Jahren gemeinsam durchführen. So erwartbar derlei Fragen in diesem Kontext erscheinen, so erstaunlich divers fallen die Antworten der Studienbewerberinnen und -bewerber regelmäßig aus. Das liegt nicht nur am zweifellos vorhandenen Einfallreichtum und allerlei kreativen Vorstellungen seitens der Studieninteressierten, sondern vor allem an terminologischen Unschärfen, der großen Wandlung, in der sowohl Design als auch Nachhaltigkeit stets begriffen sind, aber auch der großen Diskrepanz zwischen ambitionierter Designtheorie und bisweilen schnöder Designpraxis.

Auch dieses Buch kann keine abschließenden Antworten liefern, denn sowohl Design als auch Nachhaltigkeit, und umso mehr die Synthese aus beidem, können nur provisorischer und prozesshafter Natur sein. Nachhaltiges Design ist im besten Sinne eine *Best-Practice*-Disziplin, und so flankieren dieses Buch einige studentische Projektbeispiele aus dem deutschlandweit ersten Studiengang *Nachhaltiges Design*, an dessen Entwicklung die beiden Autoren dieses Buches maßgeblich beteiligt waren (Projektdetails und weitere Anwendungsbeispiele des Nachhaltigen Designs unter: [www.ecosign.de](http://www.ecosign.de) > Projekte).

In einer *Tour d'Horizon* wird ein weiter Bogen gespannt – von kulturgeschichtlichen Zusammenhängen bis zu anwendungsorientierten nachhaltigen Designprozessen, von Entwicklungslinien des 18. Jahrhunderts bis zur Rolle des Designs im Zeitalter der Digitalisierung, von Fragen der Designethik bis zur Implementierung nachhaltiger Transformationsprozesse in konkreten Lebenswelten. Indem wir die Herkunft des Designs in den Blick nehmen, leiten wir es nicht bloß historisch her, sondern machen es in den realen Zusammenhängen sichtbar, die ihm nun einmal eigen sind und seine spezifischen Bewegungen auch in mögliche Zukünfte hinein bedingen. Die Zukunft des Nachhaltigen Designs werden wir vor allem als Problemlösungskompetenz zeigen, insbesondere wenn es um komplexe Probleme geht. Und die vielfachen Perspektiven, aus denen wir das Nachhaltige Design in den Blick nehmen, sind nicht etwa der Aufbruch auf den Weg »vom Fachidioten zum integrierten Gesamtidioten« (Odo Marquard), sondern der Versuch, den tatsächlichen Verstrickungen des Designs, und insbesondere des Nachhaltigen, gerecht zu werden; denn eine Disziplin, die in ihrer Herkunft, Gegenwart und Zukunft eine genuin transdisziplinäre ist, kann sinnvoll nur in diesen kaleidoskopischen Reflexionen und Brechungen auf einen Begriff gebracht werden. Die Begriffe aber bedürfen der Versinnlichung; deshalb eröffnen wir

jedes Kapitel mit einem Sinn-Bild, das leitmotivisch in die Thematik einführt und den heiteren Grundton setzt, den das ernste Thema verlangt. Die Gesamtheit der Sinn-Bilder formt nicht nur die Kernsammlung unseres kleinen Museums, sondern konturiert maßstabsgetreu auch das Cover des Buchs.

Dieses Buch ist kein Ratgeber für nachhaltige Materialien im Produktdesign, kein Analyse-Tool zur Berechnung des ökologischen Rucksacks von Designartefakten, keine Schritt-für-Schritt-Anleitung für Designerinnen und Designer, kein Bilderbuch mit einer Flut von Praxisbeispielen und kein nachhaltigkeitsromantischer Appell für Design, das die Welt rettet. Dieses Buch ist nur ein Aufbruch. In unseren Sinn-Bildern ausgedrückt, beginnt er in einem Steinbruch und endet – vorläufig – in einem Weinberg. Dazwischen erschließen wir ein weites Feld von ästhetischen und wissenschaftlichen Phänomenen. Der Aufbruch in eine »fröhliche Wissenschaft«!



Himmelsscheibe von Nebra  
Artefakt der bronzezeitlichen  
Aunjetitzer Kultur  
(um 2100–1700 v. Chr.)

► **KAPITEL 9**

Impression,  
Sonnenaufgang  
Claude Monet (1872)

► **KAPITEL 7**

Der Steinbruch Bibémus  
Paul Cézanne (ca. 1897)

► **KAPITEL 1 (PRÄLUDIUM)**



Das Balkonzimmer  
Adolph von Menzel (1845)

► **KAPITEL 8**

Der rote Weinberg  
Vincent van Gogh (1888)

► **CONCLUSIO**

Der Sündenfall  
Unbekannter Autor (um 950)

► **KAPITEL 5**

Hauptweg und Nebenwege  
Paul Klee (1929)

► **KAPITEL 10**

Ares und Aphrodite, überrascht von Hephaistos  
Alexandre Charles Guillemot (1827)

► **KAPITEL 2**



KAPITEL 1 (PRÄLUDIUM)

**ZWEI BEGRIFFE  
ZWISCHEN  
SEMANTISCHER  
UNSCHÄRFE UND  
WISSENSCHAFTLICHER  
FUNDIERUNG**

**P**aul Cézanne hat genug von der großen Stadt mit ihrer Reizüberflutung und Rastlosigkeit. In den letzten Jahren des ausgehenden 19. Jahrhunderts kehrt er Paris immer öfter den Rücken und zieht sich in die Gegend rund um den Höhenzug Sainte-Victoire in der Nähe von Aix-en-Provence zurück. Die karge Umgebung bietet ihm intensive Eindrücke, kraftvolle Farben und Formen und das Gefühl von Ursprünglichkeit, das Cézanne so sehr sucht. Zu einem seiner Lieblingsmotive avanciert dort der wilde, verlassene Steinbruch Bibémus. Er stellt seine Staffelei an immer wieder neuen Standorten auf, die ihm verschiedene Sichtweisen auf die wuchtigen Gesteinsformationen ermöglichen. In seinen Bildern des

---

*Der Steinbruch Bibémus (Ausschnitt)*

*Paul Cézanne (ca. 1897)*

*Höhe: 65 cm; Breite: 81 cm*

*Museum Folkwang, Essen*

Steinbruchs fließen die unterschiedlichen Perspektiven in dasselbe Motiv ein und ergeben dadurch auf den ersten Blick ein verwirrendes Gesamtbild, das sich gelernten Kompositionsregeln und Orientierungspunkten entzieht. Betonte Konturierungen fügen die urgründige Materie neu zusammen. Erst die Synthese aus augenscheinlich unvereinbaren Fragmenten<sup>1</sup> und Zugängen formt eine neue, eigentümliche Harmonie – bis hin zu den feinen Farbnuancen, die im sommerlich-leichten Himmel die Farbkraft des schweren, ockergelben Gesteins reflektieren.

### BEGRIFFE MIT STEINBRUCHMENTALITÄT

Auch die Verbindung von Nachhaltigkeit und Design führt Blickwinkel zusammen, die auf den ersten Blick schwierig als Gesamtbild zu denken sind. Hier die wissenschaftliche Fundierung, dort der oberflächliche Lifestyle. Jedoch: Die Verortung von »hier« und »dort« hängt ganz entscheidend vom eigenen Standpunkt ab. Je nach Perspektive kann es sich sowohl bei Design als auch bei Nachhaltigkeit wahlweise um seriöse, akademisch verankerte Disziplinen mit transformativem Potenzial handeln oder aber um seichte, inhaltsleere Floskeln des Zeitgeistes. Denn es gibt Begriffe, die sind selbst wie wilde Steinbrüche. Begriffe, die sich je nach Bedarf zu generischen Bausteinen für alles Mögliche verarbeiten, formen und schleifen lassen. Begriffe, deren Einsatzgebiete so vielfältig und wandelbar sind, dass sie permanent in der Gefahr semantischer Beliebigkeit und inhaltlicher Aushöhlung stehen. Begriffe wie Design und Nachhaltigkeit.

Design kann ein konkretes Entwurfsergebnis meinen, aber ebenso gut einen gestalterischen Prozess oder auch eine heuristisch gedachte Problemlösungskompetenz. Je nach Kontextualisierung kann es spezifisch oder generisch, konkret oder abstrakt, materiell oder

ideell gemeint sein. Unter der Bezeichnung »Design« finden sich auf dem Studiengangsinformationsportal Studycheck.de insgesamt 314 Studiengänge, die Bandbreite reicht dabei von Game Design über Transportation Design bis zu Social Design.<sup>2</sup> Das Kosmetikstudio um die Ecke, das in laminierten Aushängen über die Preise des Nail-Designs aufklärt, bedient sich des Designbegriffes genauso selbstverständlich wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die der Gestaltung gesellschaftlicher Veränderungsprozesse Bezeichnungen wie Transformationsdesign<sup>3</sup> oder Transition Design geben. Bei der großflächigen Fassadenwerbung für die preisreduzierten Designermöbel eines Möbelzentrums findet der Ausdruck gleichermaßen Verwendung wie bei den acht Designprinzipien von Elinor Ostrom zur Errichtung einer globalen umweltökologischen Allmende.<sup>4</sup> Zu Recht spricht Mateo Kries in seinem gleichnamigen Buch von *Total Design*, das den Alltag durchdringt und mitunter seltsame Blüten treibt.<sup>5</sup>

Ähnlich strapaziert und überdehnt wird auch der Begriff Nachhaltigkeit verwendet. Oszillierend zwischen Zukunftsfähigkeit, ökologischem Fußabdruck, Generationengerechtigkeit, Umweltschutz, Kreislaufwirtschaft, planetaren Belastungsgrenzen, Kyoto-Protokoll und *Sustainable Development Goals* ist er zum Containerwort für alles systemisch Wünschenswerte geworden. Als Ummantelung ist der Terminus vielseitig einsetzbar – auch als Camouflage für fragwürdige Inhalte im Sinne von Greenwashing sowie als Platzhalter für banalen Wohlfühl-Kitsch. Wer braucht schon komplexe Nachhaltigkeitsindikatoren und die Auseinandersetzung mit unsicheren systemischen Prognosen, wenn die Google-Bildersuche beim Stichwort »Nachhaltigkeit« so viele schöne Pflänzlinge hervorbringt, getragen von unschuldigen Menschenhänden?

Erschwerend kommt hinzu, dass sowohl Design als auch Nachhaltigkeit geprägt sind von einer permanenten terminologischen

Expansion, die zuweilen zum semantischen Raubbau gerät. Das Bedeutungsspektrum beider Begriffe verändert und erweitert sich ständig, endgültige Definitionen sind nicht abzusehen. Zwei Begriffen, die längst nicht in Stein gemeißelt sind, nähern wir uns daher am besten zunächst mit einem konzisen Freilegen ihrer etymologischen und begriffshistorischen Schichten. Graben wir also zunächst ein wenig an den Fundamenten von Design und Nachhaltigkeit – mit der groben Schaufel, nicht mit dem archäologischen Pinsel.

### DESIGN IN ALLER KÜRZE: VON DESIGNARE ZU DESIGN

Den Grundstein aller Designbegriffsetymologie bildet das lateinische Verb *designare*, das zumeist mit »bezeichnen, abgrenzen, angeben« wiedergegeben wird, aber auch »bestimmen«, »anordnen« und »entwerfen« bedeuten kann.<sup>6</sup> Im Lauf der Geschichte wandelt sich das Bedeutungsspektrum nicht nur mehrfach, sondern entwickelt sich im romanischen und angelsächsischen sowie nach dem Zweiten Weltkrieg auch im deutschen Sprachraum dynamisch weiter. Einen signifikanten semantischen Entwicklungsschub erfährt *designare* in der italienischen Renaissance im Begriff *Disegno*. In ihm schwingt erstmals eine geistig-philosophische Dimension mit, denn neben der wörtlichen Übersetzung als »Zeichnung«, »Skizze« oder »Entwurf« meint *Disegno* bereits ab dem frühen 15. Jahrhundert als *disegno entro la testa* den sich in der ideellen Sphäre des Kopfes abspielenden Entwurf (*idea*) im Gegensatz zu der zu Papier gebrachten konkreten Skizze (*forma*).<sup>7</sup> Im *Disegno* zeigt sich somit schon sehr früh die Erweiterung der tatsächlichen materiellen Gestaltung um eine gedankliche, immaterielle Ebene. Es ist niemand Geringeres als Leonardo da Vinci (1452–1519), der die erste *Disegno*-Akademie begründet und damit

die Kunst – damals zunächst noch widerspruchsfrei – mit anderen, materiellen wie immateriellen Spielarten von Gestaltung verknüpft.<sup>8</sup> Das ermöglicht der bildenden Kunst ein theoretisches Fundament und wissenschaftliche Reflexion jenseits des profanen Handwerks.<sup>9</sup> Diese kunsthistorische Öffnung des Designbegriffs durch den *Disegno* wird bisweilen in der Designtheorie idealisierend herangezogen, wenn es um das wissenschaftliche und interdisziplinäre Potenzial von Gestaltung geht. Allerdings dürfen solche allzu verlockenden etymologischen Abkürzungen nicht darüber hinwegtäuschen, dass *Disegno* und Design semantisch nicht äquivalent betrachtet werden können und das heutige Berufsbild des Designers bzw. der Designerin seine Wurzeln weniger in den schöngeistigen Akademien der Renaissance<sup>10</sup> als vielmehr in den seriellen Produktionsverfahren der Industrialisierung des 19. Jahrhunderts hat, wie **KAPITEL 2** zeigen wird.

Im Französischen etabliert sich im 17. Jahrhundert das Verb *dessin*, ebenfalls vom lateinischen *designare* abstammend, als Bezeichnung für Bilder, Zeichnungen und vor allem für die Gestaltung von Stoffmustern in der Textilwirtschaft (*Couture*). Von Frankreich gelangt der Begriff kurz darauf als *dessein* auch nach Deutschland, wo er allerdings eher im Sinne planerischer Absicht und zielgerichteter Konstruktion verwendet wird.<sup>11</sup> Im angelsächsischen Sprachraum ist der sich von *designare* ableitende Ausdruck *design* seit dem 16. Jahrhundert geläufig. Bereits diese kurze Reise durch verschiedene, vorindustrielle europäische Sprachräume vermittelt einen Eindruck von der »geopolitischen Mentalität«<sup>12</sup> der Etymologie des Designbegriffes – wir wollen es dabei belassen.

Die serielle Massenproduktion infolge der von England ausgehenden industriellen Revolution macht schließlich prototypische Entwürfe nötig, was dem Design eine weitere Bedeutungsebene im Sinne von »do or plan (something) with a specific purpose in mind«<sup>13</sup>

beschert. Als geistig-kreativer Prozess vom reinen Handwerk entkoppelt und andererseits durch seine unmittelbare Zweckgebundenheit von der Kunst abgegrenzt, kristallisiert sich Design in der Folge Stück für Stück als eigenständige Disziplin heraus, über deren Anfänge Vilém Flusser ausführt: »Die neuzeitliche, bürgerliche Kultur stellte schroff die Welt der Künste jener der Technik und der Maschinen gegenüber, und daher zersprang die Kultur in zwei voneinander entfremdete Zweige: den wissenschaftlichen, quantifizierbaren, ›harten‹ und den schöngeistigen, qualifizierenden, ›weichen‹. [...] Das Design sprang in die Bresche und bildet die Brücke. Dies konnte es tun, weil in ihm der innere Zusammenhang zwischen Technik und Kunst zu Wort kommt«. <sup>14</sup> Indem *design* im Englischen seit jeher sowohl Substantiv als auch Verb ist, kann auch mit dem deutschen Lehnwort sowohl das Ergebnis im Sinne eines entworfenen Artefaktes als auch die progressive und formgebende Tätigkeit des gestalterischen Prozesses an sich gemeint sein. Die spezifische materielle Erscheinung eines Automobils im Hinblick auf die fertige Form wird genauso als Design bezeichnet wie die ideell-kreative Entwicklungsphase, die der materiellen Form vorausgeht. Diese Doppelfunktion erweist sich bis heute immer wieder als ein wesentlicher Grund für die Begriffsunschärfe.

Als sich Design nach dem Zweiten Weltkrieg allmählich gegenüber deutschen Entsprechungen wie »Gestaltung«, »Entwurf« und »Form« durchsetzt, ist es zunächst umgekehrt. Während die genannten deutschen Begriffe durch ihre Verortung im geisteswissenschaftlich-philosophischen Bereich als zu offen und unkonkret wahrgenommen werden, erscheint Design als passendere Bezeichnung für einen primär »pragmatischen Zugang zur Gestaltung von Dingen, bei denen eher die äußere Hülle als der Sinngehalt im Mittelpunkt stand« <sup>15</sup>. Diese »materialistische Begriffsbestimmung von Design« <sup>16</sup>, die dem *Disegno* der Renaissance trotz derselben Sprachwurzel

diametral gegenübersteht, ist es, die Design in der allgemeinen Wahrnehmung bis heute oft zur trivialen, subalternen Dienstleistung degradiert. Das wiederum führt regelmäßig zu einer großen Diskrepanz zwischen wissenschaftlich-ideeller Designtheorie einerseits und profaner Designpraxis andererseits, was eine weitere Ursache für die Überdehnung des Begriffsspektrums darstellt.

## DESIGN ZWISCHEN LIFESTYLE UND WISSENSCHAFT

Diese Entkoppelung durchzieht die Entwicklung des Designbegriffes nach 1945, so dass zwei antithetischen Entwicklungslinien des Designs nachgespürt werden kann (Abb. 1.1). Auf der einen Seite betätigt es sich in den Jahrzehnten der Nachkriegszeit als Brandbeschleuniger

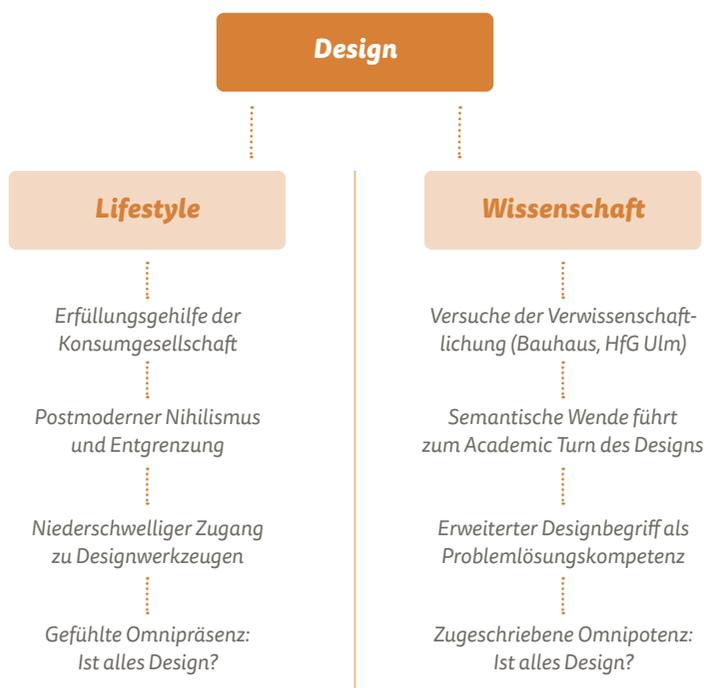


Abb. 1.1: Die beiden gegenläufigen Entwicklungslinien des Designs nach 1945.

der Konsumgesellschaft. Die 50er und 60er Jahre des 20. Jahrhunderts bringen im Zuge des sogenannten Wirtschaftswunders neue, konsumorientierte Lebensstile und eine allgemeine Beschleunigung des Alltags mit sich, während die Ressourcen der Erde ebenso unbegrenzt wie ihre Aufnahmekapazität für Schadstoffe und Abfälle zu sein scheinen.<sup>17</sup> Parallel zur allmählichen Etablierung des englischen *Design* gegenüber seinen deutschen Pendanten hält in Westdeutschland eine allgemeine kulturelle Anpassung an die nordamerikanische Konsumgesellschaft Einzug, bei der das Design sowohl als Erzeuger (Produktdesign) bzw. Vermittler (Kommunikationsdesign) von Waren und Produkten aller Art und als Erfüllungsgehilfe von Materialismus und Konsumismus fungiert.<sup>18</sup>

Spätestens seit den 1990er Jahren hat das Design als Lifestyle-Faktor und allgegenwärtige Kommunikationsfläche zwischen Warenproduzent und Konsument enorm an Bedeutung gewonnen. Design ist nicht länger mühsames, trockenes Handwerk, sondern die Disziplin des Leichten, Ästhetischen, Sorglosen. Nicht ohne Grund wird der Designberuf landläufig immer noch mit dem Inbegriff eines lässigen Lebens in hippen Werbeagenturen assoziiert: Ausgestattet mit üppigen Budgets werden coole Pitches gewonnen, beim Agenturfrühstück kreative Leuchtfelder abgebrannt und selbst das unbezahlte Praktikum ist der Eintritt in die glitzernde Medienscheinwelt. Bernhard Bürdek konstatiert: »Das Leben der meisten Menschen ist heute ohne Design überhaupt nicht mehr vorstellbar, Design verfolgt uns von früh bis spät. [...] Design bestimmt nicht nur unser Dasein, sondern inzwischen auch unser Sein«<sup>19</sup>. Design hat, wie Mateo Kries schreibt, »unseren Identitätskern ebenso erreicht wie die Peripherie der Welt«<sup>20</sup>. Indem Design als Berufsbezeichnung nicht geschützt ist und Designwerkzeuge wie Computer, Software und (3D-)Drucker niederschwellig zur Verfügung stehen, kann jeder Mensch

Design Tätigkeiten ausführen – und damit die inhaltlichen und ästhetischen Ansprüche an das Design nivellieren und zugleich den Beuys'schen Ausspruch, demzufolge jeder Mensch ein Künstler sei, gehörig missverstehen.

Auf der anderen Seite lässt sich die Designgeschichte jedoch auch als eine Geschichte zunehmender Verwissenschaftlichung und akademischer Fundierung betrachten. So werden bereits am historischen Bauhaus (1919–1933) erste Versuche unternommen, »Designprojekte und Entwurfstheorien in enger Auseinandersetzung und im Austausch mit wissenschaftlichen und technologischen Fragestellungen der Zeit« zu diskutieren.<sup>21</sup> Nach dem Zweiten Weltkrieg leben einige der Debatten und Ansichten aus der Bauhaus-Zeit an der Hochschule für Gestaltung (HfG) in Ulm weiter, die als indirekte Nachfolgeinstitution des Bauhauses betrachtet werden kann. Unter der Leitung ihres ersten Rektors und Bauhaus-Schülers Max Bill setzt die Schule die Tradition des moralisch-ethischen Sendungsbewusstseins fort, das in der funktionalen, rationalen Gestaltung einen gesellschaftspädagogischen Anspruch sieht.<sup>22</sup> Erstmals wird von akademischer Seite der Versuch unternommen, dem Design »mittels wissenschaftlicher Methodik und Rhetorik zu einer als zeitgemäß erachteten Objektivität und Funktionalität« zu verhelfen.<sup>23</sup> Wissenschaftlich-systematische Methoden ersetzen Willkür und intuitives Vorgehen und wichtige Protagonisten wie Horst Rittel (1930–1990) und später Siegfried Maser (1938–2016) entstammen nicht zufällig naturwissenschaftlichen Disziplinen wie der Mathematik.<sup>24</sup> Der Gestaltung werden wissenschaftliche Parameter und Forschungsergebnisse aus Feldern wie der Ergonomie, der Kybernetik und der Wahrnehmungspsychologie zugrunde gelegt.<sup>25</sup> Doch so bahnbrechend der Anspruch auch ist, Design als wissenschaftliche Disziplin zu etablieren, als so fatal erweist sich die bewusste Abgrenzung von emotionalen, künstlerischen und

sinnlichen Elementen. Mit dem sogenannten *Design Methods Movement* gibt es im anglophonen Raum fast zeitgleich einen ähnlichen Versuch, das Design zu verwissenschaftlichen. Doch auch diese Bewegung sieht sich bald derselben harschen Kritik ausgesetzt, die auch der HfG Ulm widerfährt. Und das ist nachvollziehbar, denn mit dogmatischer Ratio und einem Korsett aus Logik und Berechnung statt lebenswirklicher Vermittlung bleibt Design letztlich eine blutleere Angelegenheit.

Ab den 1980er Jahren gibt es wiederum im deutschsprachigen Raum in designtheoretischen Fachkreisen ernsthafte Vorstöße und Diskurse bezüglich eines sich wandelnden Designbegriffes. Denn »um zeitgenössischen Herausforderungen gerecht zu werden«, so formuliert es Klaus Krippendorff im Hinblick auf den Designbegriff, können sich Designerinnen und Designer »unmöglich mit dem Produktbegriff des Industriezeitalters begnügen«<sup>26</sup>. Die sogenannte *semantische Wende*, die Krippendorff als Antwort auf diese Sackgasse daraufhin postuliert, vollzieht eine Transformation der Aufgabenbereiche des Designs vom Produktkontext hin zur Diskursebene. Damit geht ein Paradigmenwechsel einher, der »im Design nicht nur einen Modus der Produktgestaltung, sondern der Gesellschafts- und Zukunftsgestaltung« sieht.<sup>27</sup> Das Designverständnis, das neben der reinen Funktionalität eine sinnstiftende oder zumindest sinnhafte Dimension erschließt, löst sich zunehmend von dem angestammten Platz als primär technisch-handwerkliche hin zu einer seriösen wissenschaftlichen Disziplin. Unter dem Schlagwort *Academic Turn* spiegelt dieser zweite Entwicklungsstrang des Designs den allgemeinen Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft und verschiebt die Perspektive zusehends in Richtung seiner Problemlösungskompetenz, was letztlich in eine Erweiterung des Designbegriffes jenseits rein »pragmatisch-konsumistischer Funktionalität«<sup>28</sup> mündet. Mit dem Ausdruck

erweiterter *Designbegriff*<sup>29</sup> findet ein bewusster Bezug zum erweiterten Kunstbegriff von Joseph Beuys statt: So wie der erweiterte Kunstbegriff soziale Prozesse in der Kunst verankert sieht, so impliziert der erweiterte Designbegriff eine Verortung des Designs im gesellschaftlichen Kontext unter der Prämisse gestalterischer Verantwortung zum Gelingen des großen Ganzen. War bei Beuys der Ausspruch »Jeder Mensch ist ein Künstler« noch eher idealisierende Forderung denn gesellschaftliche Realität, so ist die Einflussnahme von Design und seine Auswirkung auf Lebenswirklichkeiten heute eine Tatsache. Größerer Einfluss bringt naturgemäß aber auch größere Verantwortung mit sich – und fordert von Designschaffenden ein hohes Maß an Reflexionsvermögen. Krippendorff versteht die *semantische Wende* des Designbegriffs daher folgerichtig als »Einladung an das Design, sich selbst mittels des eigenen Diskurses umzugestalten«<sup>30</sup>.

Daraus leiten sich Fragen ab: In welche Richtung gestalten Gestalterinnen und Gestalter die Gestaltung? Welche Rolle nimmt das veränderte Verständnis von Design in einer sich verändernden Welt ein? Entwickelt sich das Design weiter in die Breite, also ins Seichte, Triviale, Inflationäre oder aber in die Tiefe, also ins Einflussnehmende, wissenschaftlich Verankerte, Gesellschaft Mitgestaltende? Kurz gesagt: Quo vadis, Design?

## **NACHHALTIGKEIT IN ALLER KÜRZE: VON CARLOWITZ ZU DEN SDGS**

Nachhaltigkeit wird in den vergangenen Jahren derart inflationär verwendet, dass der Wald vor lauter Bäumen oft kaum noch zu sehen ist. Genau dort liegt aber die Wurzel des Nachhaltigkeitsbegriffes: im Wald. In der sächsischen Forstwirtschaft wird zu Beginn des 18. Jahrhunderts das Holz immer knapper, die Preise steigen unaufhörlich.

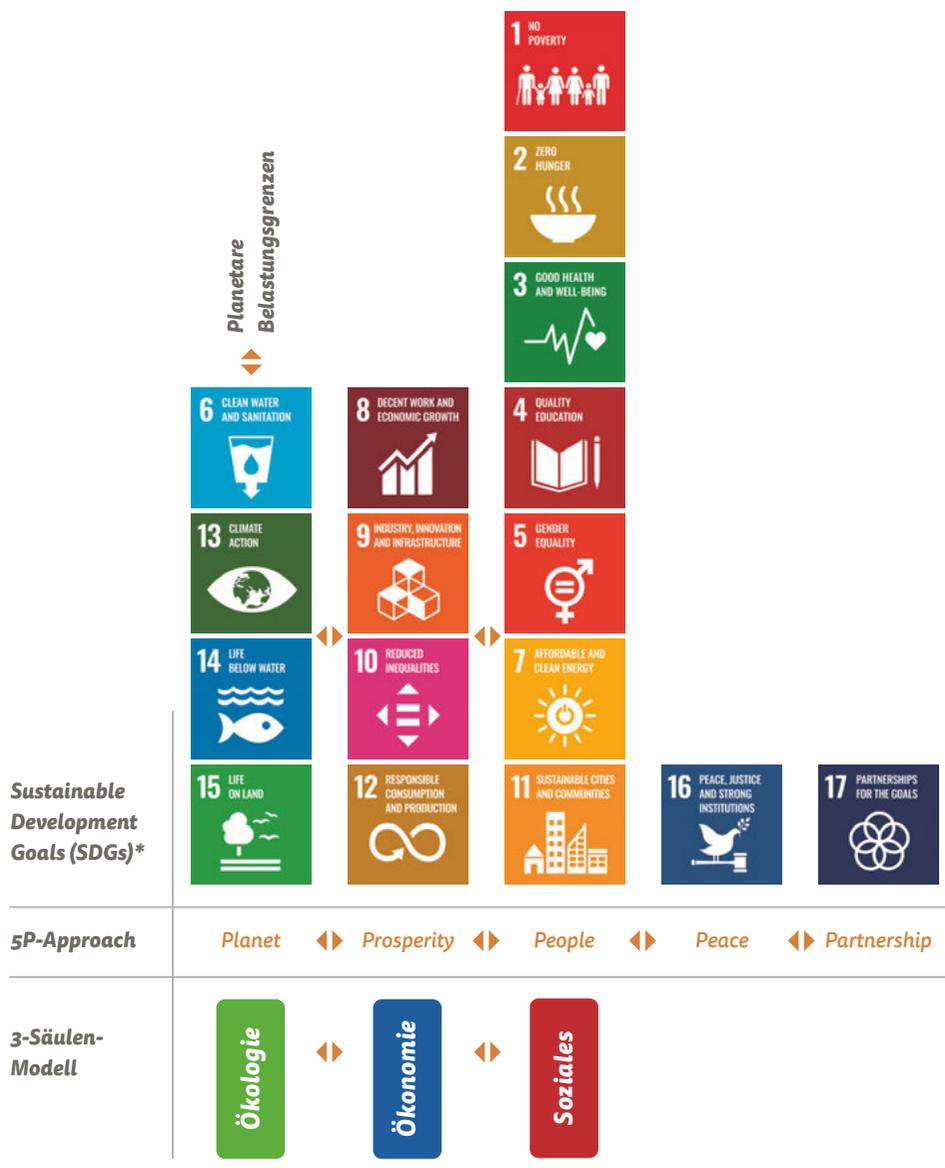
Von der Versorgung mit Holz, quasi dem Erdöl des 18. Jahrhunderts, hängt wiederum der Bergbau und die gesamte Wirtschaft ab. Allein die »mit Holzkohle betriebenen Öfen der Schmelzhütten und Hammerwerke verschlingen Unmengen dieser Ressource«<sup>31</sup>. In diesem Kontext hebt der posthum zur Galionsfigur des Nachhaltigkeitsbegriffes erkorene Hans Carl von Carlowitz (1645–1714), seines Zeichens königlich-polnischer und kurfürstlich-sächsischer Kammer- und Bergrat sowie Oberberghauptmann des Erzgebirges, das Adjektiv »nachhaltend« in seinem Werk *Sylvicultura Oeconomica* wie folgt aus der Taufe: »Wie eine sothane [solch eine] Conservation und Anbau des Holtzes anzustellen, daß es eine continuirliche bestände und nachhaltige Nutzung gebe / weil es eine unentbehrliche Sache ist / ohne welche das Land in seinem Esse nicht bleiben mag.«<sup>32</sup> Der Kontext der Forderung von Carlowitz nach einer »nachhaltenden« Holzwirtschaft ist also eine Rohstoffkrise, die existenzbedrohend ist und die nur durch eine verantwortungsvolle Ressourcenökonomie gelöst werden kann. An dem obigen Ausspruch ist aber nicht nur die oft zitierte erstmalige Verwendung des Terminus »nachhaltende Nutzung« in Bezug auf ökologisch-ökonomische Zusammenhänge interessant, sondern auch der in der Regel weniger beachtete letzte Satz. Carlowitz spricht hier vom *Esse*, lateinisch »Sein«, und verknüpft den Aufruf zur nachhaltenden Nutzung dadurch mit der integralen Frage von Existenz oder Nicht-Existenz eines ganzen Systems. Das Konzept von Nachhaltigkeit ist demnach bereits bei seiner ersten Verwendung als Gegenbegriff zum systemischen Kollaps angelegt.<sup>33</sup> Die empfohlenen Maßnahmen gegen die Bedrohung beinhalten schon bei Carlowitz sowohl ökologische, als auch ökonomische und soziale Aspekte<sup>34</sup> und zeichnen damit den Dreiklang vor, der als *Säulen der Nachhaltigkeit* knapp 300 Jahre später im gesellschaftlichen Mainstream angekommen sein wird – mit Carl von Carlowitz als ihrem Säulenheiligem.

Das führt uns in die Gegenwart, denn auch heute ist das »Land in seinem *Esse*« wieder bedroht. Allerdings bezieht sich das *Esse* mittlerweile nicht mehr auf das überschaubare Sachsen, sondern auf eine globalisierte und vernetzte Welt, die angesichts von systemischen Bedrohungen wie dem anthropogenen Klimawandel und der Überschreitung planetarer Belastungsgrenzen vor existenziellen Bedrohungen steht und die sich mit elementaren Fragen nach dem Erhalt der Lebensqualität und der Schutzwürdigkeit des Ökosystems konfrontiert sieht.

Einen frühen Impuls dieses Neustarts der alten Idee von nachhaltiger Entwicklung setzte der berühmt gewordene Bericht *Grenzen des Wachstums* (engl.: *Limits to Growth*) an den Club of Rome. Darin wurde 1972 nach einem Modell für ein Weltsystem gesucht, das »nachhaltig ist ohne plötzlichen und unkontrollierbaren Kollaps [...] und fähig ist, die materiellen Grundansprüche aller seiner Menschen zu befriedigen«<sup>35</sup>. Zum Einsatz kommen dabei aus heutiger Sicht recht simpel aufgebaute Computermodelle, die mögliche Szenarien der Menschheitsentwicklung mit unterschiedlichen Grundannahmen simulieren, darunter die demografische Entwicklung, die Ausbeutung von Ressourcen, den Naturverbrauch, die Industrieproduktivität per capita und die zur Verfügung stehenden Nahrungsressourcen. Einen weiteren Meilenstein auf dem Weg des Nachhaltigkeitsdiskurses stellt der im Jahr 1987 erschienene Bericht *Our Common Future* dar, landläufig nach der Vorsitzenden der Sachverständigenkommission als *Brundtland-Bericht* bezeichnet. Dessen Kernsatz gehört als eine Art kleinster gemeinsamer Nenner auch heute noch zum Grundbaustein zahlreicher Nachhaltigkeitsdefinitionen und -diskurse: »Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die gewährleistet, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen, als gegenwärtig lebende«<sup>36</sup>.

Die nächste wichtige Landmarke in der Geschichte der Nachhaltigkeit ist der *Erdgipfel von Rio*, die Weltumweltkonferenz der Vereinten Nationen von 1992. Epochal ist diese Konferenz vor allem durch die Tatsache, dass sie überhaupt stattfand mit all den Vertreterinnen und Vertretern gegensätzlicher Weltanschauungen und politischer Systeme, entsandt von Industrienationen, Entwicklungsländern und NGOs. Am Ende stehen immerhin mehrere Deklarationen und Konventionen, darunter als bekanntestes Konferenzergebnis die *Agenda 21*.<sup>37</sup> Bereits das im Rahmen des Erdgipfels verfasste »Erdgelöbnis«, das über 100 entscheidungstragende Persönlichkeiten von George Bush über Helmut Kohl bis zu Fidel Castro unterschreiben, liest sich allerdings wie eine Mischung aus verwässertem Konfirmationsgelöbnis und plattem Eheversprechen: »Ich verspreche, alles in meiner Macht Stehende zu tun, damit die Erde eine sichere und gastfreundliche Heimat für die jetzige und die zukünftigen Generationen ist.«<sup>38</sup>

Der Spagat zwischen wohlmeinenden Worten und warmen Absichtserklärungen auf der einen Seite und wirklicher politischer und gesellschaftlicher Transformation auf der anderen Seite<sup>39</sup> setzt sich auch bei den weiteren UNO-Gipfeln in Kopenhagen (2002) sowie erneut in Rio (2012) fort. Abgehalten unter dem Motto *The future we want* werden in Rio schließlich die Weichen für die Formulierung globaler Nachhaltigkeitsziele gestellt, die Anfang 2016 im Zuge der *Agenda 2030* als *Sustainable Development Goals* das Licht der Welt erblicken, zu Deutsch *Ziele für nachhaltige Entwicklung* und in einschlägigen Fachkreisen Kennerschaft ausweisend mit dem Akronym *SDGs* abgekürzt. Die insgesamt 17 Ziele sind in 169 Unterziele eingeteilt und bilden die Grundlage für globale, nationale und regionale Nachhaltigkeitsstrategien. Auch in Deutschland wird die nationale Nachhaltigkeitsstrategie daraufhin grundlegend überarbeitet und auf die *Agenda 2030* und die Nachhaltigkeitsziele hin ausgerichtet. Der



**Abb. 1.2: Bausteine der Nachhaltigkeit:** Nachhaltigkeitsmodelle wie das 3-Säulen-Modell, die »5Ps« und die SDGs hängen zusammen. Allerdings können solche schematischen Verbildlichungen die komplexen Wechselwirkungen nicht wiedergeben, ohne aus einer Infografik ein undurchdringliches Wirrwarr von Spinnfäden zu machen. Denn natürlich stehen weder die drei Säulen isoliert nebeneinander, noch können die SDGs hermetisch betrachtet werden. Jedes Ziel beeinflusst sowohl ökologische als auch ökonomische und soziale Aspekte und steht im direkten oder indirekten Zusammenhang zu anderen Zielen – und manchmal gar in vermeintlichem Widerspruch.

\* siehe [www.un.org/sustainabledevelopment](http://www.un.org/sustainabledevelopment). *Obligatorischer Hinweis:* »The content of this publication has not been approved by the United Nations and does not reflect the views of the United Nations or its officials or Member States.«

Nachhaltigkeitsbegriff hat durch diese Entwicklungen eine erneute definitorische Erweiterung weit über die Brundtland-Formel und das klassische 3-Säulen-Modell hinaus erfahren, wobei sich insbesondere zwischen letzterem und den 17 Zielen viele Zusammenhänge und Kategorisierungsmöglichkeiten ergeben (Abb. 1.2). Eine alternative Zuordnung der 17 Ziele besteht im sogenannten *5P-Approach*, der die fünf Kernbotschaften der Agenda 2030 mit den Begriffen *People, Planet, Prosperity, Peace* und *Partnership* umschreibt, wobei die deutschen Äquivalente Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft in Ermangelung der Alliterationen nicht ganz so zwingend zusammengehörig klingen. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die unübersichtliche terminologische Expansion einen weiteren wesentlichen Grund für die Überdehnung des Begriffsspektrums der Nachhaltigkeit liefert.

## NACHHALTIGKEIT ZWISCHEN LIFESTYLE UND WISSENSCHAFT

Schaut man in die jährlich herausgegebenen Listen der beliebtesten Vornamen, so fällt ein klarer langfristiger Trend auf. Es sind vor allem weiche, vokalreiche und kurze Namen, die in den Statistiken ganz vorne liegen. Das gleiche lässt sich bei Wortschöpfungen aus Marketingabteilungen beobachten. So lassen sich Namensdesignagenturen teuer dafür bezahlen, beispielsweise im Automobilbereich Wortkreationen wie *Mondeo, Amarok, Phaeton* oder *Tiguan* zu erfinden, die den Konsumentinnen und Konsumenten wohlklingend über die Lippen kommen. All die Eigenschaften, die im phonetischen Zeitgeist liegen, erfüllt ein Begriff dagegen ganz und gar nicht: Nachhaltigkeit. Mit seinem harten, kehligen Wortklang und den vier abgehakten Silben versprüht er unter ästhetischen Gesichtspunkten den

Charme eines verstaubten Aktenordners auf dem Dachboden. Oder, wie es der Publizist Ulrich Grober ausdrückt: »Nachhaltigkeit [...] ist ein total unsinnliches Wort. Nach und halten, -ig und -keit. Ächz, würg, gäh!“<sup>40</sup>. Das englische *Sustainability* umweht zwar immerhin noch der kosmopolitische Hauch internationaler Think Tanks, aber etymologisch findet sich auch hier die gleiche Sprödigkeit, hat das lateinische Wurzelwort *sustinere* bzw. *sustentare* doch Bedeutungen wie »aushalten«, »aufrechterhalten« oder auch »etwas zurückhalten« – allesamt nicht gerade linguistische Ausdrücke von Attraktivität und Sinnesfreuden.

Und dennoch ist Nachhaltigkeit in aller Munde. Als zentrales Schlagwort ist es aus Marketingabteilungen und politischen Agen- den nicht mehr wegzudenken. Selbst die unnachhaltigsten Branchen und Unternehmen schreiben sich Nachhaltigkeit auf die Fahne. Vom Öl-Multi über den Fastfood-Konzern bis zum Braunkohle-Riesen, niemand verzichtet mehr auf umfangreiche, professionell gestaltete Nachhaltigkeitsberichte. Nachhaltigkeit dringt bis in die Markenkerne und damit den Nukleus der Corporate Identity vor. Beispiele gäbe es viele. Da ist der Energiekonzern, der sein Corporate Design komplett überarbeitet hat. Das Logo kommt nun etwas weicher und kompakter daher, die Bildsprache ist jünger und weiblicher und die Piktogramme erscheinen in neuem, freundlichem, beinahe kindlichem Stil. Die Begründung? »Wir zeigen mit unserem neuen Auftritt, dass RWE für Innovation, Wandel, Transparenz und Nachhaltigkeit steht«, verkündet die Pressemitteilung jenes Konzerns, der Studien zufolge mit 89 Millionen Tonnen nach wie vor Europas größter CO<sub>2</sub>-Emittent ist.<sup>41</sup> Auch ein großer Kölner Privatsender, bis dato nicht unbedingt für anspruchsvolles Fernsehprogramm bekannt, hat die Zeichen der Zeit erkannt und seine Corporate Identity 2021 umgekrempelt, begleitet mit der Erklärung: »Wir führen die Marke RTL in die Zukunft,

indem wir sie neu aufladen. Mit positiver Haltung steht RTL für Vielfalt und Relevanz, für Zusammenhalt und Nachhaltigkeit«<sup>42</sup>. Spätestens, wenn ein bekannter deutscher Rüstungskonzern auf der Startseite der Internetpräsenz nicht etwa mit den technischen Fertigkeiten seiner neuen Panzer, sondern mit deren CO<sub>2</sub>-Einsparpotenzial wirbt, gerät Nachhaltigkeit zur Attrappe. Und auch für Ottilie Normalverbraucherin wird Nachhaltigkeit regelmäßig zur Phrase für gewissenberuhigten Konsum, wenn suggeriert wird, durch den Kauf eines Kastens Biers einer bestimmten Marke zur Rettung des Regenwaldes beizutragen. Das in weiten Teilen der Gesellschaft bestehende große Bedürfnis nach Authentizität, Sinnhaftigkeit und bleibender Bedeutung machen sich Markenkommunikation, Werbung und mitunter auch die Politik zunutze und verwässern die Substanz des Begriffes Nachhaltigkeit nachhaltig. À propos: Auch die Doppeldeutigkeit des Adjektivs »nachhaltig« trägt zur semantischen Oberflächlichkeit bei, denn das Adjektiv »nachhaltig« kann neben der dezidierten Bedeutung »die Nachhaltigkeit betreffend« auch einfach als Synonym für »dauerhaft« oder »anhaltend« verwendet werden. So kann selbst die Forderung nach der Entwicklung von Massenvernichtungswaffen nachhaltig vorgebracht werden und durch den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln kann die Biodiversität nachhaltig geschädigt sein.

Auf der anderen Seite stellt sich Nachhaltigkeit immer wieder als zu abstrakt, zu wissenschaftlich und zu interdisziplinär heraus, als dass ihr Konzept zugänglich und greifbar in die Lebensrealitäten der Menschen übertragen werden könnte. Nachhaltigkeit ist zum Schlüsselbegriff für zivilisatorische Fortentwicklung geworden, zur vermeintlichen Antwort auf jedes noch so komplexe Problem im Spannungsfeld von Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft. Höchst komplexe Diskurse um Suffizienzstrategien, Systemresilienz, Rebound-Effekte und Zielkonflikte werden ebenso unter dem Dach der

Nachhaltigkeit geführt wie lokale Initiativen und Projekte rund um Lebensqualität und gesellschaftliches Miteinander. Nachhaltigkeit kann aus verschiedenen Wissenschaften mit gänzlich unterschiedlichen Standpunkten betrachtet werden, aus Naturwissenschaften wie Biologie, Geologie und Anthropologie ebenso wie aus Geisteswissenschaften wie Soziologie, Philosophie und Politikwissenschaften, aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht ebenso wie aus juristischer Perspektive. Sie meint je nach Argumentationsposition und eigener Verortung das Gleichgewicht aus Ökologie, Ökonomie und Sozialem, kann genauso gut aber auch im Zusammenhang mit allgemeiner Zukunftsfähigkeit oder globaler Generationengerechtigkeit stehen, für transdisziplinäre Verflechtungen, Gerechtigkeitstheorien, Menschenrechtsfragen, Risikomanagement, postwachstumsökonomische Ansätze und vieles andere mehr. Analog zum Design gilt: Die eine Nachhaltigkeitstheorie gibt es nicht, sondern die verschiedenen Ansätze und Zugänge zur Nachhaltigkeit zeichnen erst gemeinsam das Gesamtbild, mal fragmentarisch, mal widersprüchlich, mal kongruent oder kompletiv.

Der Nachhaltigkeitsbegriff hat sich damit von einem spezifisch holzwirtschaftlichen Begriff zu einem holistischen Terminus gewandelt, der diverse Bedeutungsebenen in sich vereint – von hochkomplex bis trivial. Damit stellt sich auch im Falle der Nachhaltigkeit die Frage, wohin diese Erweiterung führt. Mündet die semantische Expansion in eine horizontale Erweiterung im Sinne einer oberflächlichen Streuung, einer breiten, aber flachen und verwässernden Omnipräsenz, oder führt sie zur interdisziplinären, komplexitätskompetenten Verankerung in den Wissenschaften, in der Politik, in der Zivilgesellschaft? Kurz gesagt: *Quo vadis, Nachhaltigkeit?*

## DESIGN BRAUCHT SINNHAFTHKEIT, NACHHALTIGKEIT BRAUCHT SINNLICHKEIT

Wie das folgende Kapitel zeigen wird, war Design in der Vergangenheit in der Regel eher Ursache des Problems als dessen Lösung, und umgekehrt spielt das Design noch bis Anfang des 21. Jahrhunderts keine wesentliche Rolle im Nachhaltigkeitsdiskurs. Selbst in den wegweisenden Meilensteinen um die Jahrtausendwende, wie der Rio-Deklaration und der Agenda 21, finden sich keine Bezüge zu Design und Ästhetik.<sup>43</sup> Doch in den letzten Jahren hat sich der Wind gedreht, und es wird zunehmend die Bedeutung des Designs im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung anerkannt – als Dreh- und Angelpunkt für zirkuläre oder zumindest effizientere Wertschöpfungsketten, als Vermittlungsdisziplin für komplexe Zusammenhänge und als Brücke zwischen Wissenschaft und Lebensrealitäten, um nur einige Beispiele zu nennen. Dieser Paradigmenwechsel ist zum einen der veränderten Rezeption des Designs geschuldet und zum anderen der Einsicht, welchen Einfluss Design auf nachhaltigkeitsrelevanten Gebieten hat. Am offensichtlichsten ist dieser Einfluss im Produkt- und Industriedesign. Dass Design die gesamte Wertschöpfungskette beeinflusst und Entscheidungen der Entwurfsphase signifikanten Einfluss auf den späteren ökologischen Fußabdruck eines Produktes haben, hat sich mittlerweile herumgesprochen.<sup>44</sup> Mit den Worten des Postwachstumsökonomen Niko Paech lässt sich gar »aus der Nachhaltigkeitsperspektive [...] die gesamte Produktionskette als Designprozess auffassen«<sup>45</sup>. Wenn der Designprozess bereits vor der Entscheidung für oder gegen ein Produkt oder eine Dienstleistung beginnt, kann das im besten Falle dazu führen, dass Produkte erst gar nicht oder zumindest anders entwickelt werden. Auch die Rolle des Kommunikationsdesigns als Anbieter von Dienstleistungen und Services, aber

auch als Vermittlungsinstanz für Konsumbotschaften, Lebensstile und Verhaltensweisen ist eine folgenreiche – insbesondere in Zeiten von Digitalisierung und Dematerialisierung, wie **KAPITEL 7** darlegen wird.

Die Zukunftsforschung spricht von sogenannten Megatrends und meint damit heute schon absehbare langfristige, ubiquitäre und komplexe Entwicklungslinien, deren soziale, ökologische, ökonomische und kulturelle Auswirkungen gravierend für die Zukunft menschlichen Miteinanders sein werden. Abhängig von der Ausrichtung des jeweiligen Instituts variieren die Bezeichnungen marginal, doch im Wesentlichen herrscht Einigkeit. Das Zukunftsinstitut in Kelkheim kategorisiert die insgesamt zwölf Motoren des Wandels wie folgt (vgl. Abb. 1.3): Globalisierung, Urbanisierung, Demografischer



**Abb. 1.3: Megatrends der Zukunft.** Ohne Nachhaltigkeit nicht zukunftsfähig, ohne Design nicht vermittelbar.

Wandel (»Silver Society«), Gesundheit, Mobilität, Konnektivität, Individualisierung, Gender Shift, Wissenskultur, Zukunft der Arbeit (»New Work«), Neo-Ökologie und Sicherheit.<sup>46</sup> All diesen sich abzeichnenden Entwicklungen ist gemeinsam, dass sie auf der einen Seite direkt mit Fragen der Nachhaltigkeit in Verbindung stehen, teilweise sogar einzelnen oder mehreren Sustainable Development Goals direkt zuzuordnen sind, und auf der anderen Seite maßgeblich durch Designentscheidungen mitgestaltet werden – eine komplexe Angelegenheit, wie **KAPITEL 9** zeigen wird (vgl. Abb 9.1).

Fragen der Nachhaltigkeit sind existenzielle Fragen sowohl für jedes Individuum als auch für die Gesellschaft als Ganzes. Daher darf sie sich nicht nur in wissenschaftlichen Silos abspielen, sondern braucht sinnliche und ästhetische Vermittlung, braucht Brücken in tatsächliche Lebensrealitäten, braucht kreative Zugänge im Sinne einer Problemlösungskompetenz. Ohne Design aber bleibt das Gebäude der Nachhaltigkeit ein Rohbau ohne Türen, vielleicht sogar ein Elfenbeinturm ohne Treppe. Deshalb sind Nachhaltigkeit und Design keine Antagonisten, sondern müssen zusammengedacht werden: Design macht Nachhaltigkeit sinnlicher, Nachhaltigkeit macht Design sinnhafter. Die Gestaltung der Zukunft kann nur in der Synthese beider Begriffe gelingen, denn ohne Nachhaltigkeit gibt es keine Zukunftsfähigkeit, und ohne Design gibt es keine gestaltende Transferkompetenz.

Wer die Zukunft ergründen und *Quo vadis?* beantworten möchte, fängt allerdings am besten erst einmal mit *Unde venis?* an. Und landet damit unweigerlich zunächst in der Industrialisierung, die sowohl das moderne Design hervorgebracht als auch die Grundlage für die heutigen Nachhaltigkeitsdiskurse gelegt hat. Der Steinbruch Bibémus war bereits seit rund fünfzig Jahren verlassen, als Paul Cézanne seine Staffelei aufstellte und den Blick auf die rohe Materie richtete.

Doch während die Ressourcenextraktion bei Bibémus um ca. 1850 endete, nahm sie just in dieser Zeit andernorts auf breiter Front gewaltig Fahrt auf. Als Gesamtphänomen erwies sich die Industrialisierung als einschneidend in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht. Es entstanden Probleme, die das Design immer wieder verstärkt und mitverschuldet hat – und die Nachhaltiges Design helfen kann zu lösen.

- 
- 1 Bei einigen Versionen des Bibémus-Motivs ist im Hintergrund gar der Höhenzug Sainte-Victoire zu sehen. Wer schon einmal vor Ort war, weiß um die Unmöglichkeit einer derartigen Perspektive.
- 2 vgl. [www.studycheck.de](http://www.studycheck.de) (abgerufen am 03.02.2022).
- 3 siehe Sommer / Welzer: Transformationsdesign.
- 4 Ostrom: Beyond Markets and States.
- 5 vgl. Kries: Total Design.
- 6 vgl. Mareis: Theorien des Designs, S. 36.
- 7 vgl. ebd.
- 8 vgl. Erlhoff und Marshall: Wörterbuch Design, S. 88.
- 9 vgl. Mareis: Theorien des Designs, S. 47.
- 10 vgl. ebd.
- 11 vgl. Milev: Design Kulturen, S. 13.
- 12 ebd.
- 13 vgl. ebd., S. 36.
- 14 Flusser: Vom Stand der Dinge, S. 10 f.
- 15 Kries: Total Design, S. 33.
- 16 ebd.
- 17 vgl. Jischa: Folgenabschätzungen, S. 46.
- 18 vgl. Hauffe: Die Geschichte des Designs, S. 192.
- 19 Bürdek: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, S. 11.
- 20 Kries: Total Design, S. 82.
- 21 Mareis: Wissen gestalten, S. 302.
- 22 vgl. Mareis: Theorien des Designs, S. 88.
- 23 ebd.
- 24 vgl. Brocchi / Maxein: Persönlichkeiten: Siegfried Maser.
- 25 vgl. Hauffe: Die Geschichte des Designs, S. 222.
- 26 Krippendorff: Die semantische Wende, S. 35.
- 27 Mareis: Theorien des Designs, S. 132.
- 28 Milev: Design Kulturen, S. 12.
- 29 vgl. u. a. ebd.
- 30 Krippendorff: Die semantische Wende, S. 35.
- 31 Grober: Die Entdeckung der Nachhaltigkeit, S. 111.
- 32 [https://books.google.de/books?id=\\_nFDAAA-cAAJ&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.de/books?id=_nFDAAA-cAAJ&printsec=frontcover&hl=de&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- 33 vgl. Grober: Bildwelten der Nachhaltigkeit – zum Design eines Begriffes, S. 38.
- 34 vgl. Grober: Die Entdeckung der Nachhaltigkeit, S. 117 f.
- 35 zitiert nach ebd., S. 227.
- 36 zitiert nach Pufé: Nachhaltigkeit S. 42.
- 37 vgl. ebd., S. 49 f.
- 38 zitiert nach Grober: Die Entdeckung der Nachhaltigkeit, S. 264.
- 39 Beinahe unnötig, in diesem Kontext zu erwähnen, dass von selbigem George Bush aus demselben Jahr folgendes Zitat in Bezug auf das Jubiläum von »Grenzen des Wachstums« überliefert ist: »Vor zwanzig Jahren sprach jemand von den Grenzen des Wachstums. Heute wissen wir jedoch, dass Wachstum der Motor für Veränderungen ist. Wachstum ist ein Freund der Umwelt« (zitiert nach Meadows und Randers 2012, S. 212).
- 40 Grober: Bildwelten der Nachhaltigkeit – zum Design eines Begriffes, S. 34.
- 41 Bukold: RWE – Vom Winde verweht?, Vorwort.
- 42 <https://www.bertelsmann.de/news-und-media/nachrichten/inspiration-energie-haltung-rtl-praesentiert-neuen-markenauftritt.jsp>
- 43 vgl. Kurt / Wagner: Kultur – Kunst – Nachhaltigkeit, S. 15.
- 44 vgl. Wuppertal Institut: Transition Design Guide, S. 10.
- 45 Paech: Das Postwachstumsdesign, S. 204.
- 46 vgl. [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends); Pufé: Nachhaltigkeit, S. 81 f; andere gängige Definitionen siehe z. B. [www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/die\\_zukunft\\_im\\_blick\\_trendbericht.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/die_zukunft_im_blick_trendbericht.pdf) sowie [www.z-punkt.de/uploads/default/WEB1\\_ZP\\_Megatrends\\_A5.pdf](http://www.z-punkt.de/uploads/default/WEB1_ZP_Megatrends_A5.pdf)



**D**esign ist eine expandierende und lebendige Disziplin. Zugleich ist Design vielfach verstrickt in ökologische, ökonomische und soziokulturelle Probleme. Je drängender diese werden, desto relevanter ist ein Design, das Nachhaltigkeit von Grund auf mitdenkt – nicht als wohlklingendes Heilsversprechen, sondern als rationaler Bezugspunkt im Designprozess.

Dieses Buch beleuchtet die Herkunft und die Zukunft des Nachhaltigen Designs aus verschiedenen Perspektiven. Es zeichnet Entwicklungslinien aus der Aufklärung und der Industrialisierung nach, die bis heute im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit und Design wirken. Und es macht die sozialen und kulturellen, die ethischen und ästhetischen, die ökonomischen und ökologischen Dimensionen des Nachhaltigen Designs sichtbar. Denn ohne Nachhaltigkeit ist Zukunft nicht möglich, und ohne Design ist Zukunft nicht gestaltbar.

