

Tom Bieling

Design als relationale Praxis – Ein Einleitung

Dass Design in seinem kompletten Handlungsspektrum politische Dimensionen aufweist, dürfte außer Frage stehen. Niemand würde wohl ernsthaft in Zweifel stellen wollen, dass gestaltete Dinge und Prozesse – spätestens dann, wenn sie gewissen kapitalistischen Verwertungslogiken unterliegen – *politisch* sind. Gleiches gilt für ihre Herstellungsverfahren, Vertriebswege, Kommunikationsstrategien, Ausbeutungsmechanismen, Vereinnahmungs- oder Entsorgungspraktiken. Dass Design politisch ist: ja, es ist längst eine Binsenweisheit.

Was aber genau *Politik* im Zusammenhang mit Design bedeutet, bleibt häufig unbeantwortet und unverstanden. Nicht selten hängt dies mit einem diffusen Designverständnis, also der Frage zusammen, was Design genau ist oder zu leisten imstande sein kann. Und nicht weniger selten steht es in Verbindung mit einem eher vagen Politikbegriff. Die Verbindungslinien und Sollbruchstellen zwischen dem *Gestalteten* und dem *Politischen* sowie dem Politischen im Gestalterischen aufzuzeigen und unter die Lupe zu nehmen, ist Gegenstand des vorliegenden DESIGNABILITIES Themenheftes Design Politics.

Design erschafft Welten, sei es auf der Mikroebene in Form von alltäglichen Dingen (Tische, Teller, Smartphones) oder im größeren Rahmen (Städte, Systeme, Lebensweisen, Wissenskulturen). Designer:innen gestalten Wege des Seins, des Denkens und des Handelns. Das, was wir gestalten, baut auf dem auf, was wir zu wissen glauben und wirkt seinerseits auf unser Selbstverständnis zurück. Im Entwerfen werden wir entworfen. Vielleicht wurde dieser Mechanismus nie offensichtlicher, als in der Ära der Moderne, die möglicherweise aus diesem Grund an ihre Grenzen stößt (vgl. Bieling et al 2023).

Um das Politische im Gestaltungsgeschehen besser lokalisieren und einordnen zu können, hilft es, sich vor Augen zu halten, an welcher Handlungsfront da jeweils genau agiert wird.

Geht es um Kommunikationsformen etwa von Marken, Produkten? Geht es um Handlungsweisen im Gebrauch? Um Motivationen im Kaufverhalten? (Vgl. Gries 2006, 43f) Fragen, die nicht gerade dadurch vereinfacht werden, dass die Grenzen zwischen „politisch-revolutionärer und künstlerisch-avantgardistischer“ Gestaltung (Bieber 2012, 85) zunehmend fließend sind. Denn einerseits scheinen sich politische Protestformen – etwa in Bezug auf performative oder Kommunikationsstrategien – den Mitteln der Kunst und des Designs anzunähern (vgl. Bieling 2019), andererseits zeichnet sich die (insbesondere Werbe-) Industrie nicht zuletzt darin aus, selbst die radikalste Form von Gegenbewegung zu inkorporieren, etwa indem sie sich die „Ästhetik der Revolution“ aneignet. Gestaltung mutiert dabei zu einer „Form des Politik-Machens mit anderen Mitteln“ (vgl. Bieber 2012, 84f), bei der ein Dilemma schnell deutlich wird: Angesichts von Kommerzialisierung, Medialisierung, Globalisierung und Universalisie-

rung gehen alternative, kritische Wertesysteme (wie z. B. solche bestimmter sozialer Bewegungen, Jugend- und Popkulturen) früher oder später in den kulturellen Mainstream über und werden in die „Ästhetik des Alltags“ integriert (ebd. 89).

Ein undifferenzierter Politikbegriff im Sinne von *Alles ist politisch* hilft hier vermutlich nicht weiter. Doch inwiefern ist nun das Handeln des Individuums hier als politisch zu qualifizieren? Rainer Gries (ebd.) führt in diesem Zusammenhang – in Anlehnung an Oskar Negt und Alexander Kluge und in den Worten des Soziologen und Sozialpsychologen Rainer Zech folgende Herleitung ins Feld: „Voraussetzung von politischem Handeln ist die Verletzung von individuellen Interessen oder doch zumindest das Interesse an einer Erweiterung der individuellen Lebensmöglichkeiten. Bedingung ist der Kontakt zu den subjektiven Bedürfnissen und Energien der Betroffenen. Zwingend sind öffentliche Artikulationsformen und das Anstreben einer Einflussnahme auf das gesellschaftlich-institutionelle Machtgefüge. Nach dem Grad der Verletzung von Interessen und ihrer Verallgemeinerbarkeit, dem Grad der Intensität des Kontaktes zu den Bedürfnissen und Energien der Subjekte, dem Grad der Öffentlichkeit sowie dem Grad der Gestaltungsmacht lassen sich nun Wirksamkeitsdifferenzierungen vornehmen.“ (Zech 1995, 100f)

Gestaltete Dinge und architektonische Räume und die mit ihnen verbundenen symbolischen Funktionen sind stets geprägt von eigenen Machtdynamiken und Diskriminierungsformen – oder es ergeben sich diese im Zusammenwirken. Ausgrenzungsformen und Diskriminierungsmechanismen stehen dabei nicht nur in enger Verbindung zu unserer Weltgestaltung, sondern entfachen gerade auch in ihren Wechselbeziehungen

noch mal eigene Dynamiken. Dass Formen und Erfahrungen von Macht und Ohnmacht nicht (nur) isoliert voneinander auftreten, sondern interdependent sind, kann dabei als Indiz und Antrieb einer intersektionalen Betrachtungsweise angesehen werden.

Vermutlich immer schon ist Design – in seinen verschiedenen Prozessstufen: von der Konzeption bis hin zum Endverbrauch und dem was danach kommt – als relationale Praxis zu begreifen. Es steht in Beziehung, setzt in Beziehung, es stellt Beziehungen dar oder her. Das bedeutet nicht, dass es unweigerlich versöhnlich wirkt. Im Gegenteil: Auch Hierarchien und Machtverhältnisse sind Beziehungsformen. Unverhältnismäßige Beziehungsformen. Zwischen Empathie und Zerrüttung offenbart das Facettenreichtum des Designs ein breites Spektrum. Und vieles darin ist „Verhandlungssache“ (vgl. Bieling/Bohaumilitzky 2023). Das mag nicht immer zum Konsens führen und vielleicht soll es das auch nicht. Die Politikwissenschaftlerin Chantal Mouffe stellt die Effizienz von konsensorientiertem Bestreben als Kernaussage demokratischer Aushandlungsprozesse kritisch infrage und stellt ihr ein agonistisches, konfliktorientiertes Politikverständnis als zielführender gegenüber (Mouffe 2014; 2019). Ihr Vorschlag: „[Wir sollten] uns einig sein, dass wir uns nicht einig sind. Und mit dieser Situation umgehen lernen“ (Miessen/Grassegger 2012).

Sicher ließe sich fragen, inwieweit politisch intentionale Handlungen einen politischen Effekt erzeugen oder nicht. Im gleichen Zuge darf jedoch auch nicht vergessen werden, dass es nicht politisch intendierte Handlungen gibt, die „aufgrund politischer Aufladungen auch politische Effekte hervorbringen“ (Zech 1995)

Design also als relationale Praxis zu begreifen, die im-

plizit oder explizit politisch wirkmächtig ist, mag dabei helfen, der gestalterischen Wesenhaftigkeit auf den Grund zu gehen, an der immer gleich mehrere Akteursgruppen beteiligt sind. Letzteres könnte kaum je stark genug betont werden, denn es unterstreicht die Tatsache, dass Design fortwährend mit komplexen Sachverhalten konfrontiert ist, bei denen der Ruf nach einfachen Lösungen zwar verlockend und verheißungsvoll klingt, aber ebenso ausweglos erscheint und nicht selten hochproblematisch ist. Das mit der Komplexitätsreduktion und dem Design ist ja so eine Sache. Unlängst warf ich hierzu die These in den Raum, Design sei (tendenziell) populistisch!⁰¹ Eben, indem es dazu neigt, zu verkürzen, zu vereinfachen, plakativ darzustellen. Ein Gedanke, der sicher noch nicht ganz zu Ende gedacht ist, und den ich in den kommenden Jahren noch weiter ausformulieren möchte: **DESIGN IST POPULISTISCH...**

Wie sich aus den im Folgenden kurz skizzierten Beiträgen ablesen lässt, ergeben sich hier starke Bezüge zum Titel und Thema der vorliegenden Ausgabe, dem wir uns aus verschiedenen Blickrichtungen nähern möchten.

Mit seinen **95 Thesen zum Design** macht Harald Gründl den Aufschlag. Dieser Text wurde für die Lifestyleseiten eines Printmediums verfasst und von der Chefredaktion als nicht veröffentlichbar zurückgewiesen. Gründe wurden nie genannt, so dass über einen konflikthafter Zusammenhang zwischen dem thesenartig formulierten und den Interessen einiger Anzeigenkund:innen des Blattes freilich nur spekuliert werden kann.

⁰¹ Es erfolgte dies im Zuge einer meiner zahlreichen „Kommentarspaltendialoge“ mit Torben Körschkes und Frieder Bohaumilitzky im Zuge des Forschungsprojektes „Speculative Space“ (vgl. Haarmann et al. 2023)

Da **DESIGNABILITIES** bekanntermaßen keinerlei solcher Sachzwänge unterliegt, freuen wir uns, dass der Artikel hier doch noch das Licht der Welt erblickt.

Gui Bonsiepe widmet sich in seinem Beitrag der **Heteronomie des Designs in einem post-utopischen Zeitalter**. Technologische und sozioökonomische Neuerungen, so die Kernthese, haben den einst solide etablierten Beruf in Frage gestellt. Die katastrophalen Auswirkungen unseres konsumorientierten Lebensstils haben zu erheblichen Veränderungen in der Designausbildung geführt. Und allzu langsam wurden die Gebote des Wachstums und des Fortschritts einer kritischen Überprüfung unterzogen und die einfache und unbequeme Frage gestellt, wem diese Prozesse letztendlich zugutekommen (vgl. Escobar 1995).

Dies leitet über zu der Frage der Stimmverteilung: Wer kann seiner Stimme oder einem Anliegen Gehör verschaffen. Und welche Mittel stehen dazu zur Verfügung. Die Suppenattacken der *Just Stop Oil* Demonstrant:innen mit ihrem Wurf auf das Van Gogh Gemälde sorg(t)en für weltweites Aufsehen. Aber sind sie auch zielführend? Fragt Stephen Duncombe, Professor für Medien und Kultur an der New York University, in seinem Kommentar **Wie effektiv ist der Suppenprotest?**

Federico Calchera nimmt das Verschwörungspotenzial von Videogames in Augenschein. Videospiele und Verschwörungstheorien verfügen über Andockstellen auf gleich mehreren Ebenen. Dargelegt wird dies in Calcheras Essay **Konspirative Spiele**, in er sich etwa am Beispiel von inhaltlichen (Storytelling) und strukturellen (technischen) Beschaffenheiten bestimmter Games, so wie gewissen Formen der Mythenbildung und Verschwörungsnarrativen widmet, die sich mitunter auch um die Spiele selbst ranken.

Auch in der Kunst werden solche Themen schon lange verhandelt, wie auch im Beitrag über die **Kunst des Widerstands** deutlich wird. Die Rolle des Designs – ebenso wie der Kunst – in sozialen und politischen Bewegungen war und ist nicht selten ambivalent, was auch mit seiner/ihrer – je nachdem – Strahl-, Überzeugungs-, Verwirrungs- oder schlichtweg: Anziehungskraft zu tun hat. Eine der zentralen Merkmale der Kunst besteht darin, gedankliche Prozesse anzuregen. Die Macht der Bilder besteht seit jeher darin, ihre Rezipient:innen zu beeinflussen. Kunst und Politik sind sich nicht zuletzt deshalb näher, als viele glauben mögen. Der von Francesca Gavin and Alain Bieber herausgegebene und in der vorliegenden Ausgabe besprochene Band *The Art of Protest – Political Art and Activism* (Gavin/Bieber 2021) nähert sich diesem Beziehungsgeflecht mit zahlreichen Arbeiten, Projekten und Bildbeispielen.

Die Ausgabe schließt mit einem traurigen, und vielleicht irgendwo dennoch nicht hoffnungslosen Gedenken an unser Beiratsmitglied, dem großen und niemals je vergessenen Designtheoretiker Klaus Krippendorff. Er war es, der uns – die Design Community – früh darauf hinwies, dass Designer:innen stets mit Determinismen zu rechnen und dementsprechend Grundannahmen etwa in Bezug auf Normalitätsvorstellungen infrage zu stellen haben: „Design, verstanden als kulturelle Praxis zur Erfindung neuer Wirklichkeiten und Erweiterung der Möglichkeiten, kann durchaus zu einem Bruch mit ontologischen Überzeugungen führen.“ (Krippendorff 2007, 67 ff) Allein für diese Einsicht, wie ohne hin für so vieles mehr, ein großes **Danke, Klaus Krippendorff!**

Januar 2023

LITERATUR

Bieling, Tom (Ed.) (2019): Design (&) Activism – Perspectives on Design as Activism and Activism as Design. Mimesis International.

Bieling, Tom & Frieder Bohaumilitzky (2022): Verhandlungsdinge. In: Pierre Smolarski et al.: Poiesis und Praxis der Dinge. Über die Grenzen der Gestaltbarkeit von Alltag. (t.b.a.).

Bieling, Tom/Bohaumilitzky, Frieder/Koerschkes, Torben/Haarmann, Anke (2022): Design of Unrest: Right-wing Metapolitics – Paralogy – Knowledge Spaces – Chaos. In: "ATTENDING [TO] FUTURES – Matters of Politics in Design, Education, Research, Practice". Hamburg: Adocs.

Escobar, Arturo (1995): Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World. Princeton: Princeton University Press.

Gavin, Francesca & Alain Bieber (2021): The Art of Protest: Political Art and Activism. Berlin: Gestalten.

Gries, Rainer (2006): Produkte & Politik. Zur Kultur- und Politikgeschichte der Produktkommunikation. WUV.

Haarmann, Anke/Lagaay, Alice/Bieling, Tom/Koerschkes, Torben/Ivanova, Petja/Bohaumilitzky, Frieder/Scholz, Barbro (Eds.) (2023): Specology. Adocs.

Krippendorff, Klaus (2007): Design Research, an Oxymoron? In: Ralf Michel (Hg.): Design Research Now – Essays and selected Projects. Board of International Research in Design. Birkhäuser, Basel. S. 67–80.

Miessen, Markus/Grassegger, Hannes (2012): Albraum Partizipation. DIE ZEIT.

Mouffe, Chantal (2014): Agonistik. Die Welt politisch denken. Suhrkamp.

Mouffe, Chantal (2019): Artistic Strategies in Politics and Political Strategies in Art. In: Tom Bieling (Ed.): Design (&) Activism – Perspectives on Design as Activism and Activism as Design. Mimesis International, Milano, 53–59.

Zech, Rainer (1995): Subjekte im Übergang, psychosozial, IV/62. Gießen.

© 2023: Tom Bieling, DESIGNABILITIES Design Research Journal (ISSN 2940-0090). Authors retain the rights to their articles, which are published by DESIGNABILITIES Design Research Journal with their permission. Any use of these materials provide proper citation to the authors and DESIGNABILITIES | www.designabilities.org

Citation Information:

Bieling, Tom (2023): Design als relationale Praxis. Vorwort. in: Tom Bieling (Hg): Design Politics. DESIGNABILITIES Design Research Journal, Issue 02, 01/23. S. 3-11. ISSN 2940-0090 (print) ISSN 2700-5992 (online) www.designforschung.org