



Die soziale Frage

Digitalisierung und Globalisierung bergen enorme Potenziale, aber auch große Risiken. Ein würdiges Leben für alle Menschen auf dem Planeten Erde nachhaltig zu sichern, ist eine Aufgabe, die nicht zuletzt das Design herausfordert.

Muss man eigentlich besonders betonen, dass Design sozial ist? Hatte Design nicht immer schon gravierende Auswirkungen auf das Miteinander der Menschen? Ging es den Gestaltern der modernen Bewegung nicht immer auch um eine Besserung der sozialen Verhältnisse? Dass dem so ist, wurde mir einmal mehr klar, als ich neulich bei einem Besuch im Wiener Museum für Angewandte Kunst auf ein Exemplar von Margarete Schütte-Lihotzkys *Frankfurter Küche* stieß. Der Urtyp der Einbauküche: Kaum jemand kennt das Original, aber die Folgen kennt jeder – weil Schütte-Lihotzkys Entwurf in struktureller Hinsicht bis heute mustergültig ist. Ihre Küche ist unsere Küche, ihr Design prägt unser Familienleben, es ist soziales Design par excellence.

Ähnlich verhält es sich mit dem Auto, der Atombombe, der Antibabypille, dem iPhone und zahllosen anderen grundstürzenden Designs: Sie verändern die Interaktion zwischen Menschen und damit das Gefüge der Gesellschaft – freilich keineswegs immer zum Guten. Und es sind wohl die problematischen Auswirkungen menschlicher Gestalterei, die vor einigen Jahrzehnten das designkritische »Social Design« auf den Plan riefen.

Der neuerliche Boom des Begriffs korrespondiere »mit den politischen, ökonomischen und ökologischen Umbrüchen der Gesellschaft im Anthropozän und den daraus erwachsenen Krisen«, schreibt die Designhistorikerin Claudia Banz in dem von ihr herausgegebenen Band »Social Design« (siehe Seite 28). Angesichts dieser Krisen müsse der Mensch »überkommene Handlungsmuster dringend justieren«. Eine Transformation von Gesellschaft stehe an, die »auch die Akteure im komplexen Feld des Designs vermehrt zu einer verantwortungsvollen und kritischen Haltung« herausfordere. Das paternalistische

»Design für die Masse« des Industriezeitalters habe mehr oder weniger ausgedient. Heute gehe es eher um ein partizipatives »Design für den nachhaltigen Wandel« – ganz im Sinne Victor Papaneks, der bereits 1971 in *Design for The Real World. Human Ecology and Social Change* den Slogan geprägt hatte: »Alle Menschen sind Gestalter.«

Der sozial orientierten Gestaltung *mit* Menschen widmen wir uns in mehreren Beiträgen des Schwerpunkts. Dass soziales Engagement sich nach wie vor prima mit professioneller Gestaltung *für* Menschen verträgt, erfahren Sie in unserem großen Interview mit Martin Bergmann, Gernot Bohmann und Harald Gründl vom Wiener Designstudio EOOS (siehe Seite 70). In gewisser Weise nehmen sich die Drei ein Beispiel an Gestalterinnen wie Margarete Schütte-Lihotzky: Sie setzen am Gegenstand an. Ihr *Social Furniture*-Programm etwa verknüpft engagierte Flüchtlingshilfe mit gekonntem Möbeldesign. Ganz dem Geist des Produktdesigns verpflichtet ist auch ein Projekt, das sie derzeit für die Bill & Melinda Gates-Foundation entwickeln. Es geht dabei um eine Toilette, die Ausscheidungen getrennt aufnimmt und teilweise zu hochwertigen Düngemitteln verarbeitet. In ein paar Jahren soll das technologisch hochgerüstete Klo in den Slums dieser Welt für saubere Verhältnisse sorgen. Ob die High-Tech-Offensive sich wirklich als so segensreich erweisen wird, wie ihre Initiatoren behaupten, sei mal dahingestellt.

Technologische Aufrüstung ist noch kein Fortschritt. Diese Frage immerhin hat das Social Design geklärt: Fortschritt, der die Menschen nicht mitnimmt, hat keinen Wert.