

Es gibt nichts Gutes, außer man tut es

Soziale Themen stehen bei vielen Designevents auf der Agenda. Die Amsterdamer Konferenz »What Design can do« bietet indes mehr als kluge Worte und schöne Visionen: Mit dem Format »Challenges« stoßen die Veranstalter neue Ideen an – und helfen bei der praktischen Umsetzung.

Interview: Klaus Meyer

»What Design can do« gibt es seit 2011. Was hat Sie und Richard van der Laken bewogen, solch eine Veranstaltung ins Leben zu rufen?

Pepijn Zurburg: Uns faszinierten damals Events wie Design Indaba in Kapstadt oder Designyatra in Delhi, wo alle Disziplinen zusammentrafen und voneinander lernten. Vergleichbare Großveranstaltungen in Holland wie etwa die Dutch Design Week in Eindhoven oder die Fashion Biennale in Arnheim waren dagegen Einzeldisziplinen vorbehalten. Uns schwebte ein Format für alle Designbereiche vor, außerdem sollte es nicht um den kommerziellen Aspekt der Gestaltung gehen. Vielmehr wollten wir für die Idee werben, dass Designer auch für die Gesellschaft arbeiten können.

Das Thema Social Design lag damals in der Luft.

Ja, alle sprachen davon – nicht zuletzt aus Frustration darüber, dass Designer oft erst am Ende der Prozesse hinzugezogen werden. Wer etwas in Gang setzen will, kümmert sich gewöhnlich zuerst um Finanzierung, Fertigung, Vermarktung und tausend andere Dinge, bevor dann ganz zum Schluss die Designer zum Zuge kommen, um die glänzende Hülle zu gestalten. Analog gilt das auch für globale Probleme wie etwa Armut, Hunger oder den Klimawandel. Da sind zunächst Forscher, Regierungen oder die Vereinten Nationen gefragt – doch am Ende ist die Lösung fast immer das Werk eines Designers. Wir finden, Design sollte von Anfang an mit im Spiel sein, denn egal, ob es um die Finanzierung geht, um Politik, um Forschung oder was auch immer: Es sind stets Gestalter, die für die Vermittlung sorgen und als Katalysatoren wirken.

Wie hat sich »What Design can do« entwickelt?

Begonnen hat es mit einer Konferenz, also mit Rednern, die vor großem Publikum über ihre Projekte sprechen. Drumherum gab es paar Gesprächsrunden. Inzwischen bieten wir eine Fülle von Workshops, Co-Creation-Labs und Diskussionsveranstaltungen. Und vor ein paar Jahren haben wir den Wettbewerb »Challenges« hinzugefügt.

Was hat es damit auf sich?

Auf Konferenzen wie der unseren läuft man ja immer Gefahr, vor einem Chor von Gläubigen zu predigen. Unser Publikum besteht nun mal zu 80 Prozent aus Gestaltern, die sich im Grunde mit den Vortragenden einig sind. Mit den »Challenges« erreichen wir mehr. Zum einen aktivieren wir Designer, indem wir ihnen Möglichkeiten bieten, Lösungsansätze für die wirklich großen Probleme zu entwickeln. Zum anderen bringen wir Firmen, Stiftungen, Organisationen oder auch Privatinvestoren mit den Entwerfern zusammen.

Wie läuft das konkret?

Um Designer bei der Umsetzung ihrer Ideen zu helfen, arbeiten wir mit der Organisation Social Enterprise NL zusammen. Das ist eine Körperschaft, die sozial ausgerichteten Start-ups unter die Arme greift. Sie bietet juristischen Beistand, hilft bei der Finanzierung und berät in Fragen der Kommunikation. Im Fall der »Challenges« unterstützt sie ausgewählte Projekte durch ein so genanntes »Acceleration«-Programm. In diesem Rahmen werden beispielsweise Business Cases erstellt und Prototypen entwickelt.

Bei der diesjährigen »Challenge« ging es um den Klimawandel. Rund 400 Teilnehmer sandten Lösungsvorschläge ein, aus denen eine Jury zunächst eine Shortlist von 35 Projekten auswählte.

Die 35 Projekte wurden im vergangenen November während der WDCD-Konferenz in São Paulo ausgestellt. Dort hat eine weitere Jury 13 Projekte ausgewählt, die in das »Acceleration«-Programm kamen. Dessen Ergebnisse präsentieren wir im Mai auf dem »Demo-Day« unserer Amsterdamer Konferenz.

Gibt es in Holland mehr sozial orientiertes Design als anderswo?

Ich weiß es nicht, ehrlich gesagt. Es gibt ja in der ganzen Welt fantastische Social-Design-Projekte. Vielleicht grenzen sich die Disziplinen in Holland nicht so stark voneinander ab. Im übrigen finde ich, dass Social Design immer ein Gemeinschaftswerk ist. In gewisser Weise handelt es sich also um einen demokratischen Prozess. Design per se ist dagegen nicht demokratisch: Es wird immer ein Einzelner sein, der den Einfall hat, auf den niemand zuvor gekommen ist.

Ist Design manchmal eher Teil des Problems als Teil der Lösung?

Natürlich. Designer sind mitverantwortlich für den Müll, die Landschaftsverwundung, den endlosen Strom immer neuer Produkte, die keiner braucht. Andererseits stimme ich Stefan Sagmeister zu, der auf der letzten Konferenz sagte, Designer seien zwar verantwortlich, aber auch nicht mehr als jeder andere. Wer Lebensmittel oder Textilien produziert und verkauft, trägt die gleiche Verantwortung. Jeder ist verantwortlich.

<Info-Kasten>

Ein Format für Engagierte

Seit der Gründung im Jahre 2011 durch Richard van der Laken und Pepijn Zurburg hat sich »What Design Can Do« (WDCD) zu einer viel beachteten Plattform für Gestalter entwickelt, die gesellschaftlich wirksam werden möchten. Mit jährlichen Konferenzen, eigenen Publikationen und einem Blog treibt WDCD die Vernetzung mit anderen Disziplinen voran.

Ein beachtliches Format ist der WDCD-Wettbewerb »Challenges«, der 2017/18 zum zweiten Mal durchgeführt wurde: Designer aus aller Welt waren aufgefordert, Lösungen zu Problemen des Klimawandels zu entwickeln – und zwar mit der Perspektive, die Ideen tatsächlich umsetzen zu können: Die in einem zweistufigen Auswahlverfahren ermittelten Siegerprojekte durchliefen ein Förderprogramm, das den Prototypenbau sowie Finanzierungs- und Vermarktungshilfen beinhaltet. Am 24. und 25. Mai 2018 fand in Amsterdam die jüngste WDCD-Konferenz mit zahlreichen Vorträgen und Workshops statt.