

## # 37. Zweck und Mittel

### **Warum ist die Unterscheidung zwischen Zweck und Mittel so wichtig und welchen Nutzen erzeugt dies?**

Um die eigene Persönlichkeitsentwicklung (# 36.) zu fördern, ist der angestrebte Zweck (Beweggrund einer zielgerichteten Handlung) für sich selbst zu definieren. Dabei ist es wichtig, eine Vorstellung der Wirkung des Zwecks zu entwickeln, das Ziel anzustreben, es über die reine Vorstellung hinaus Wirklichkeit werden zu lassen und ein geeignetes Mittel zu imaginieren, um das Ziel zu erreichen. Ebenso muss das kausale Verhältnis zwischen Zweck und Mittel berücksichtigt werden. Da der Zweck dem gewählten Mittel (das immer zwischen Zweck und Wirkung liegt) vorausgeht. Wer den Zweck will, muss auch das zweckmäßige Mittel wollen. (*Wikipedia*)

Zweck und Mittel dürfen nicht verwechselt werden, was in der Praxis häufig vorkommt. Ein typisches Beispiel dafür ist, dass in der privaten (realen) Wirtschaft der Zweck von Unternehmen oft als das Generieren von Umsatz und Gewinn definiert wird (was aus einer beschränkten mikroökonomischen Perspektive resultiert). Umsatz und Gewinn sind in unserem (kapitalistischen) Wirtschaftssystem jedoch nur die Mittel, um den Zweck von Unternehmen zu erreichen. Dieser liegt darin, dass Unternehmen sinnvolle Dienstleistungen und Produkte für die Gesellschaft entwickeln und anbieten (aus einer makroökonomischen Perspektive gesehen). Unternehmen die diesen Grundsatz vernachlässigen und nur auf Umsatz und Gewinn ausgerichtet sind, vernachlässigen ihre Dienstleistungen und Produkte, verlieren den Kontakt zu ihren Kunden und scheitern dann in einem konkurrierenden Markt. Sie haben keine Kompetenz im Design Management und nutzen Design nur als optisches Aufmotzen von irrelevanten Dienstleistungen und Produkten.

Das Zweck-Mittel-Prinzip gilt selbstverständlich nicht nur für Unternehmen, sondern auch für uns alle (als Privatpersonen), die Geldmittel dazu nutzen, um angestrebte Zwecke zu erreichen, wie die Versorgung mit lebensrelevanten Leistungen und Produkten.

## # 37. Zweck und Mittel

### **Zweck und Mittel können richtig definiert und eingesetzt, relevante Wirkungen erzeugen!**

Für die designrelevanten Bereiche bedeutet der sinnfällige Einsatz von Zweck und Mittel, dass zunächst klar wird, welche Ziele man als Design-Dienstleister/in anstrebt. Das schließt vor allem mit ein, zu entscheiden, welche Art Design-Dienstleistung man sich aneignen und dann anbieten möchte. Also ausgehend von einer handwerklichen Ausrichtung (der Gestaltung von Architektur, Produkten, Medien und Services – Artefakte), über eine operative (der Gestaltung von sozialen Beziehungen – Soziefakte), hin zu einer strategischen (der gedanklichen Gestaltung – Mentefakte). Wobei die hier beschriebene Reihenfolge, in der logischen Kausalität der Leistungen, sich wie folgt darstellt: 1. Mentefakte (Beratung), 2. Soziefakte (Planung) und 3. Artefakte (Gestaltung / Produktion) – auch weil die Wertschöpfung von 1. bis 3. phasenweise abnimmt (**# 32. Bewertungsansätze**).

Um eine hohe Wertschöpfung zu erreichen und damit eine hohe Wertschätzung, ist die Aneignung von Komplementär-Kompetenzen zu bestimmen. Voraussetzung für diese Bestimmung ist die persönliche Motivation (**#35.**) zur Aneignung der Kompetenzen, wie beispielsweise Design Management (**# 34.**) – wozu entsprechende Mittel erforderlich sind. Diese Mittel können mehr Bildung (**# 21., # 22.**) in eigenen und komplementären Fachgebieten sein, je nach persönlichem Bedarf auch Beratung und Coaching. Um dies zu klären helfen folgende Fragen weiter:

- Warum strebe ich einen bestimmten Zweck an?
- Was wäre, wenn ich dafür geeignete Mittel einsetze?
- Wie kann ich mir diese Mittel erschließen?

Ich beobachte in der Beratung, im Coaching und in der Lehre immer wieder, dass designrelevante Dienstleister/innen (angehende und praktizierende) bei ihrem zweckdienlichen Mitteleinsatz die »Sozialen Dichtezonen« (vom Konsumenten, über Käufer, Kunden, bis zur Kundschaft) für die eigene Vermarktung nicht berücksichtigen.