

61. Designer – Back to the Future?

Wie können Designer die Designzukunft denken, gestalten und dies sinnfällig und wirksam kommunizieren?

In dem Buch »Erfolgreich als Designer – Designzukunft denken und gestalten« (2012) haben *Michael Hardt* und ich über die Zukunft des Designs nachgedacht und diese beschrieben. Wir waren – und sind immer noch – überzeugt, dass das Denken über die Zukunft, das zukünftige Handeln wesentlich beeinflussen kann. Daraus ist der Grundsatz abzuleiten, dass das Denken, das Gestalten überhaupt erst möglich macht. Neben einigen Grundlagen des Designs, war unser inhaltlicher Schwerpunkt die Nachhaltigkeit der Ökologie und Ökonomie. Die aktuelle Entwicklung der sogenannten »Künstlichen Intelligenz« hatten wir damals nicht im Fokus. Was unsere Beschreibungen über die funktionale Transformation des Designs – und deren Auswirkung auf die Aus- und Weiterbildung – aber nicht in Frage stellt. So gesehen haben sich unsere Zukunftsvisionen im Wesentlichen bestätigt. »KI« ist hier lediglich ein treibender Faktor.

Ein sinnfälliges Kriterium für das Zukunftsdenken und -gestalten ist (neben einer positiven Vision), die für die relevanten Zielgruppen verständliche und attraktive Kommunikation über die Möglichkeiten, wie Design für die Zukunft hilfreich eingesetzt werden kann, wie Design funktioniert und was es bewirkt. Dazu brauchen Designer (und auch Design Manager) eine effektive Erzählform.

Stephan Rammler hat im »Kursbuch 221« (März 2025) beschrieben, wie wirksame »Erzählformen« funktionieren: »Wenn Menschen eine konkret Vorstellung davon entwickeln, wie eine anders gelingende Zukunft aussehen kann, finden sie auch die Gestaltungskraft, einen guten Teil der Vision Realität werden zu lassen. [...] Dabei gilt es, einige Grundregeln des Storytellings einzuhalten. [...] eine gute Kommunizierbarkeit komplexer Vielfalt, fantasievoller Erzählkunst, dichter Beschreibung bei hinreichendem Detailreichtum, Alltäglichkeit und konkreter Wiedererkennbarkeit für die Adressaten.« Hier tun sich viele Designer (und Design Manager) allerdings eher schwer.

61. Designer – Back to the Future?

Designer sollten ihren Beitrag zur Zukunft differenziert, ideenreich, konsistent, vertraut und konkret beschreiben!

Ein wirkungsvoller Beitrag der Designer zur Zukunft, liegt nicht im künstlerischen Duktus. Design ist vielmehr Denk-/Handwerk und kooperative Dienstleistung, verbunden mit Fähigkeiten im Management und in der Ökonomie. Dies gilt es zu kommunizieren.

Grundregeln der Erzählkunst sind:

- Differenziert – Vielfalt der denk-/handwerklichen Disziplinen und deren sinnfälligen Einsatzmöglichkeiten.
- Ideenreich – Orientierung an erstrebenswerten Idealzuständen und Verbindung zur Machbarkeit und Symbiose.
- Konsistent – Zusammenfassung der vielfältigen Möglichkeiten und Darstellung des Detailreichtums.
- Vertraut – Anbindung an alltäglichen Frage-/Problemstellungen und Gewohnheiten.
- Konkret – Wiedererkennbarkeit durch anschauliche und gegenständliche Darstellung der Möglichkeiten.

Dass Designer / Designteams ihre eigene Haltung einbringen sollten, ist hier nur der Vollständigkeit halber erwähnt. Das persönlich Subjektive sollte ins kooperativ Intersubjektive übertragbar sein, um damit Voraussetzungen für das zukünftig Objektive zu schaffen – die Wirklichkeitsräume durch Möglichkeitsräume zu erweitern (siehe Kolumne # 09.). Was hier einfach / kompliziert erscheint, ist für die wirksame Vermittlung von gestalteter Zukunft (durch / mit Design) verbindlich und zwingend. Für viele Designer ist dies vielleicht eine große Herausforderung, da sie ihre künstlerischen Attitüde ablegen müssen, um sich kooperativ als Dienstleister öffnen zu können – Zukunft also als gemeinsam gestaltbare Perspektive verstehen.

Ich denke, dass **Back to the Future** Möglichkeitsräume eröffnet, die sinnfällige Transformationen aufzeigen und wie diese partizipativ gestaltet werden können. **And don't forget your flux capacitor!**