

64. To design ...?

Designen, oder nicht designen – ist das die Frage?

Eine alltägliche Tragödie, in der Protagonisten darüber nachdenken, dass sie sich vor entschlossenem Handeln scheuen – hier prominent zitiert in einer Situationen, die existenziell bedeutsam ist:

»To be, or not to be, that is the question: [...]

And enterprises of great pith and moment

With this regard their currents turn awry

And lose the name of action.« (*William Shakespeare* »Hamlet«)

Im Kontext von designrelevanten Entscheidungsprozessen in Unternehmen, ist es Managern oft nicht sinnfällig, ob und wie Designen als Erfolgsfaktor bewusst angewandt wird – oder nicht. Man kann nicht »nicht designen« (in Anlehnung an das prominente Zitat von *Paul Warzlawick*). Man kann nur professionell-bewusst oder unprofessionell-unbewusst designen.

Alles ist Design (als älteste Kulturtechnik): in der Architektur, in Produkten, in den Kommunikations-Medien, im Service und in den sozialen Beziehungen. Wir alle sind Designer – die meisten »nichtberufliche« (ein Begriff von *Klaus Krippendorff*, aus »Die semantische Wende«). Design-Leihen irrlichtern zwischen handwerklichen Fähigkeiten und ästhetischen Wahrnehmungen und Wirkungen. Nichtberuflichen Designern fehlt die professionelle Kompetenz, Designen werten und bewerten zu können (wobei das Bewerten auch vielen beruflichen Designern schwer fällt, wenn es ihnen an Management-Kompetenzen mangelt).

Berufliche Designer beklagen oftmals, dass der Begriff Design beliebig für alles mögliche verwendet wird. Dies auch im Kontext der Kritik, dass Designer als Berufsbegriff nicht geschützt ist. Man kann auf dieser Klage beharren, wird aber nichts daran ändern können, dass die Begriffe Design und Designer multiperspektivisch sind. Die vielfältigen Bedeutungen sind kompliziert und eine intersubjektive Herausforderung an die professionell-beruflichen Designer.

64. To design ...?

Designen ist eine persönliche, politische und unternehmerische Verantwortung – Designen ist Sein!

Die konträre Sicht von Designern und Managern auf das Designen ist typisch für den Diskurs über das Design. Beide Seiten unterstellen der anderen die Verantwortung für die kritische und oft wenig reflektierte Wertung von Design über das Designen.

Für berufliche Designer ist das Designen mit einem hohen Anspruch an die (handwerkliche) Qualität verbunden – als Berufsethos. Dabei unterstellen sie allem, was nicht professionell mit diesem Niveau designed wird, dass es kein Design ist. Im Sinne der Kulturtechnik Designen ist dies ein Trugschluss und wirkt auf nichtberufliche Designer als negative Kritik oder sogar persönliche Herabsetzung. Für Manager (nichtberufliche Designer) ist alles »kultürliches« Design, zunächst ohne Qualifizierung. Qualität im Design ist für sie schwer zu werten und zu bewerten, da es ihnen oft an adäquaten Fähigkeiten im Design fehlt. Dies kann man kritisch hinterfragen, sollte aber nicht als persönlicher Angriff formuliert werden.

Wenn sich Designer und Manager treffen und darauf verständigen können, dass alles Design ist, es aber deutliche Unterschiede in der Qualität gibt und damit in der ästhetischen Relevanz (unverwechselbar und wiedererkennbar zu sein), dann kann man sich auf Augenhöhe bewegen und fähig zur Kooperation sein – die Voraussetzung für ein professionelles Werten (Evaluation) und Bewerten (Valuation) – (siehe # 31.). Designer (berufliche) und Manager (nichtberufliche Designer) werden damit wieder aktiv im gemeinsamen Designen, durch eine klare Arbeitsteilung im handwerklichen Gestalten und strategischen Anwenden.

Ich übe mich bewusst als »nichtberuflicher Designer« und schätze die professionelle Kompetenz der beruflichen Designer, in dem ich oft mit ihnen kooperiere. Manager können durch berufliche Designer profitieren, wenn sie aktiv handeln. **To design, is to be!**