

OPEN DESIGN!

Einige Bemerkungen zur Demokratisierung des Genies

Prof. Dr. Jörg Petruschat

1

Wie Sie sehen, steht hinter meiner Überschrift ein Ausrufezeichen. OPEN DESIGN ist als Aufruf gedacht. Der Aufruf OPEN unterstellt, dass Design irgendwie etwas Geheimnisvolles, ja Geheimnistuerisches ist und ein Designer so etwas wie ein Hohepriester. Mein Punkt aber ist: Weil es sich beim Entwerfen um eine selbstbestimmte Arbeit handelt und jeder Entwerfende etwas besonderes darstellen und etwas einzigartiges der Welt schenken oder auch nur verkaufen will, und weil der Kuchen, der dafür im Gegenzug verteilt wird, endlich ist, ist die Welt des Designs auch ein Jahrmarkt der Eitelkeiten und einer Konkurrenz jeder gegen jeden.>>

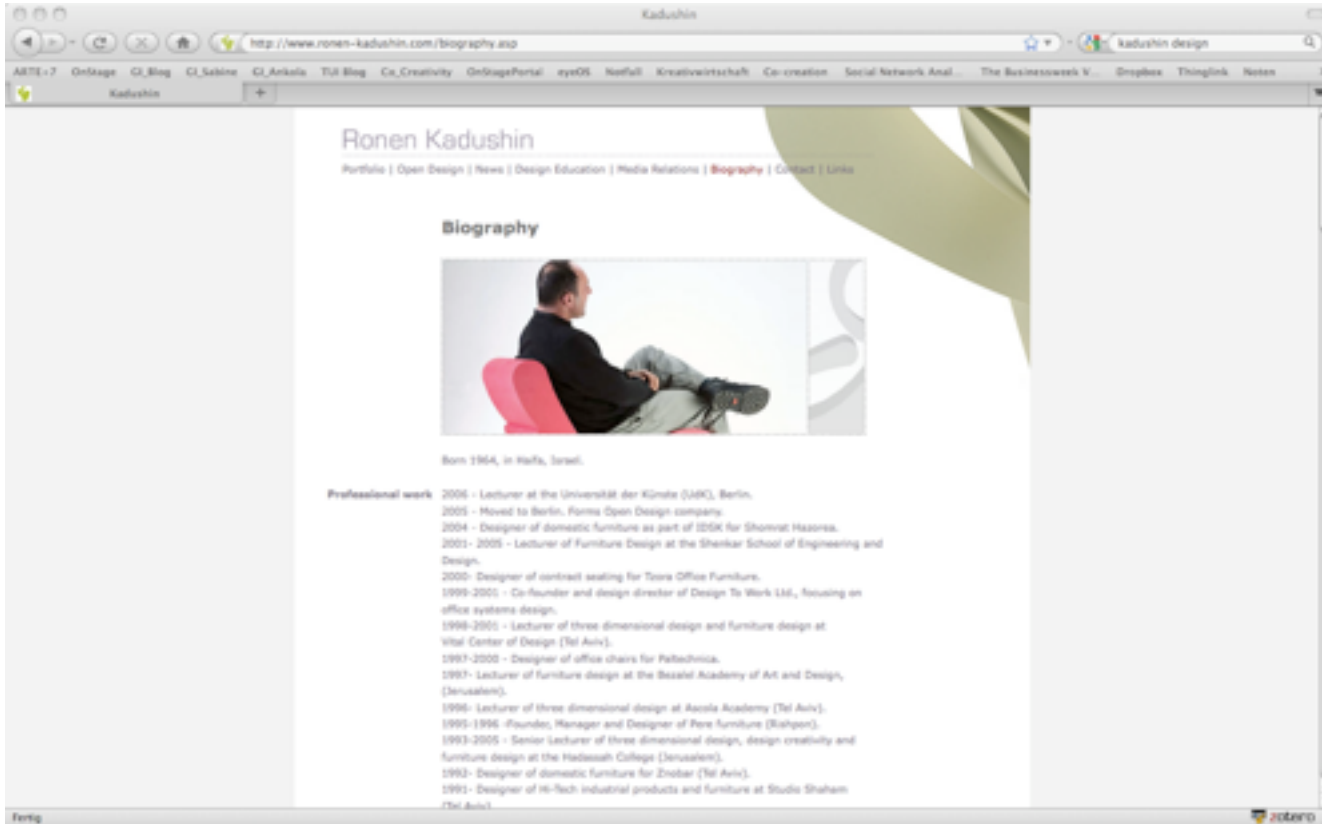
ICH muss es schaffen!

Jeder denkt nur: Ich muss es schaffen, zur Not auf Kosten eines oder einer anderen. OPEN DESIGN ist der Versuch ein paar Gründe zusammenzutragen, warum es lohnen kann, den Verleitungen zur Isolierung gegeneinander zu widerstehen. Die Schwierigkeit dieses meines Anliegens ist, dabei nicht priesterlich zu werden, oder bloß ideologisch oder bloß väterlich zu sagen: Zusammen geht es doch besser. Denn gut gemeint reicht nicht. Am Ende werde ich all jene enttäuschen, die auf Rezepte warten, wie das denn nun genau geht: dieses "OPEN DESIGN" und wo man die Rezepte dafür herunterladen kann. Ich möchte Ihnen nur etwas zum Denken geben. Denn eine Öffnung von Designprozessen steht noch am Anfang und erfordert die Teilnahme und Intelligenz vieler. Die pragmatischen Arrangements dieser Öffnung und dieses Miteinander sollte jeder selbst elaborieren.

Zunächst aber muß ich noch ein mögliches Mißverständnis ausräumen.>>

OPEN DESIGN?

● Ronen Kadushin?



OPEN DESIGN ist von mir nicht gemeint als Hinweis auf eine Strategie des Vertriebs von Designobjekten oder, etwas zugespitzter formuliert, auch der Selbstvermarktung, wie etwa bei Ronen Kadushin, der den Begriff von OPEN DESIGN offensiv für einige seiner Arbeiten kommuniziert.>>

OPEN DESIGN?

Ronen Kadushin?

Ronen Kadushin

Portfolio | [Open Design](#) | News | Design Education | Media Relations | Biography | Contact | Links

Open Design



The products presented here were designed and produced using an alternative design and development method that frees a designer to pursue creative expressions, realize them as industrially repeatable products and have the ability to globally distribute design.

Open Design is a personal attempt to close a creativity gap between product design and other fields (music, graphic design, animation and photography), which found their creative output in phase with the realities of information technology and economics. The Open Design method is based on the principles of the already successful Open Source method that revolutionized the software industry, and gave birth to a social movement that is cooperative, community-minded and seeks legitimate ways of sharing creativity.

In Open Design, the design is a two dimensional "cutout" represented as digital information. It relies on the Internet's communication resources, to publish, distribute, and copy the designs under a [Creative Commons license](#). Coupled with the flexibility of CNC production methods, all technically conforming designs are continuously available for production, in any number, with no tooling investment, anywhere and by anyone.

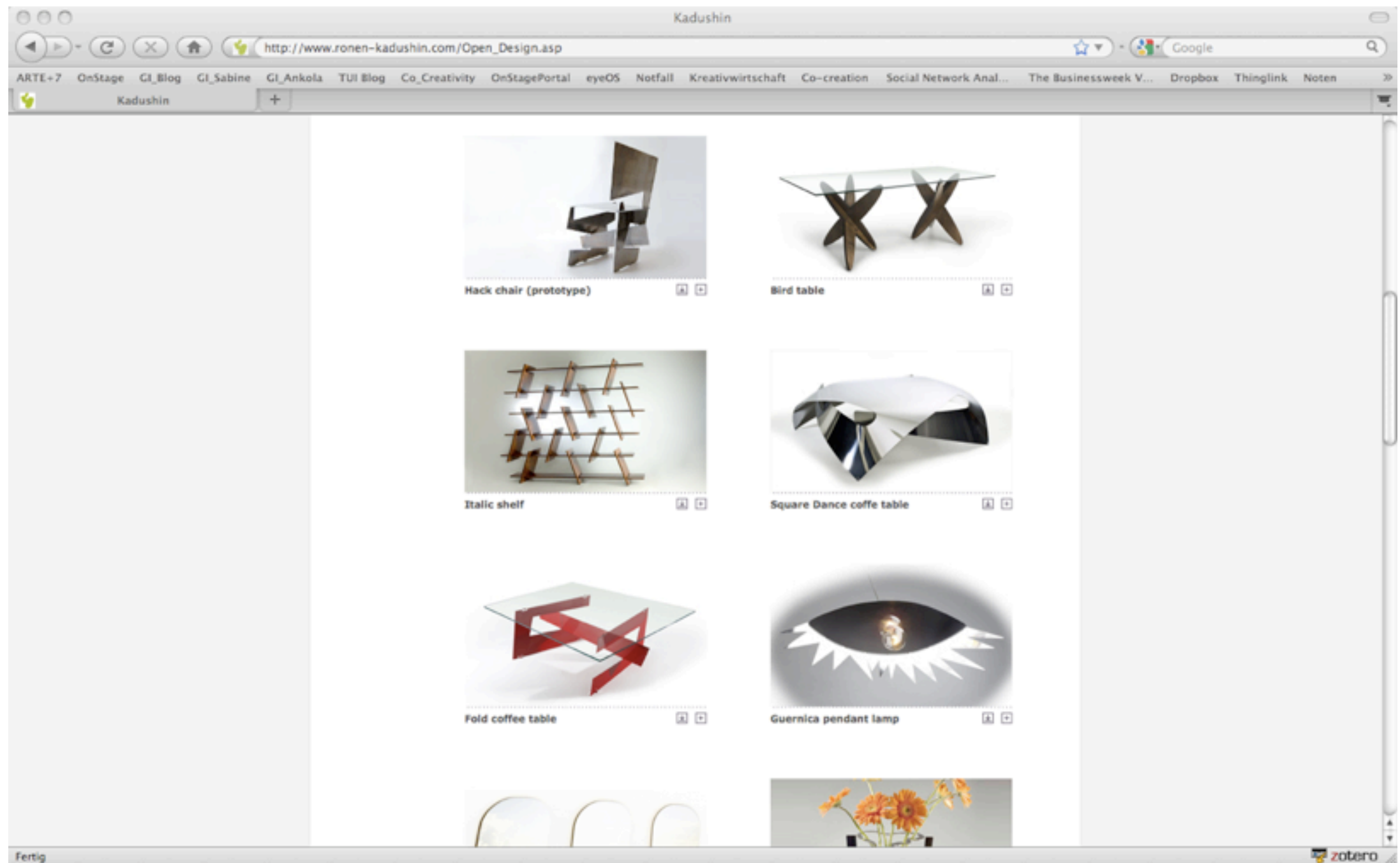
Visitors to this site are most welcome to download and use the designs.

For commercial contexts of using the designs, please contact the designer.

A collection of Open Design files and resources is available at [www.open-design.com](#)

Kadushin bietet auf seiner Website zu CREATIVE COMMONS - Recht - kurz: Du darfst alles damit machen, nur nicht Geld verdienen, von dem ich nichts abbekomme - Entwürfe an zum Laserschneiden oder CNC -Fräsen.>>

OPEN DESIGN?



Das funktioniert ganz einfach - man wählt ein Objekt aus, drückt auf den download-button und bekommt ein dxf-File für die Fertigung, mit dem man in die nächste Werkstatt gehen kann, und zusätzlich ein PDF mit einigen hilfreichen Beschreibungen und guten Ratschlägen.>>

OPEN DESIGN?

Ronen Kadushin?

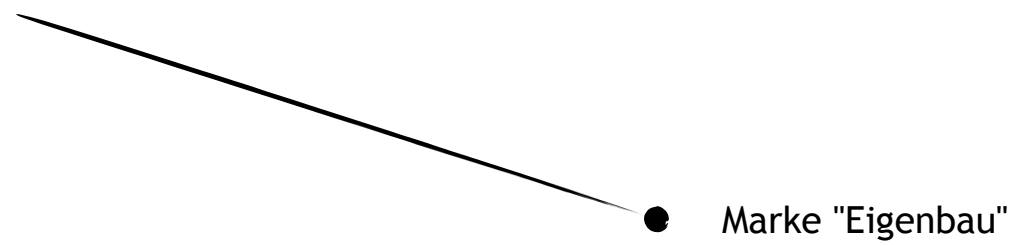


Links ein Italic Shelf für CNC, rechts, der erste Entwurf von Kadushin, der Hack Chair für Laserschneiden. Kadushin ist ein ungemein sympathischer Typ. Er ist seit einiger Zeit an der UdK Berlin. Deshalb nehme ich es ihm nicht krumm, dass die Grundidee, Pläne bereit zu stellen, die in verschiedenen Regionen in verschiedenen Werkstätten gefertigt werden, schon sehr alt ist. Für Kadushin ist dieses OPEN DESIGN jedenfalls eine guter Auftritt. Nach seinen Auskünften hat ihm das einen Beratervertrag bei OPEL eingebracht. Er soll dort einen Workshop für das Management veranstalten, um über Open Innovation aufzuklären. Das jedenfalls, was hier Kadushin als OPEN DESIGN anbietet, die weltweite Verteilung individuell erstellter Entwürfe, ist nicht mein Thema. >>

OPEN DESIGN!

Deshalb also hinter OPEN DESIGN das Ausrufezeichen. Es wendet sich an Designer ihre Arbeit zu öffnen. Und zwar nach zwei Seiten: Einerseits hin zu Kooperationen mit anderen Kompetenzen und zwar im Vorfeld von Produktentwicklungen. Dass Designprozesse in ihrem Grundansatz kooperativ und auf das Zusammenwirken verschiedenartiger Kompetenzen angewiesen sind, wenn am Ende Qualität heraus kommen soll, droht im Überschwang durchgreifender Individualisierung in Vergessenheit zu geraten. Moderne digitale Steuersystemen lassen viele Industrie-Designer glauben, sie wären bald ebenso unangefochten Bestimmer ihrer Ideen, wie es seit etwa zwanzig Jahren die Grafik-Designer bereits sind.>>

Warum OPEN?

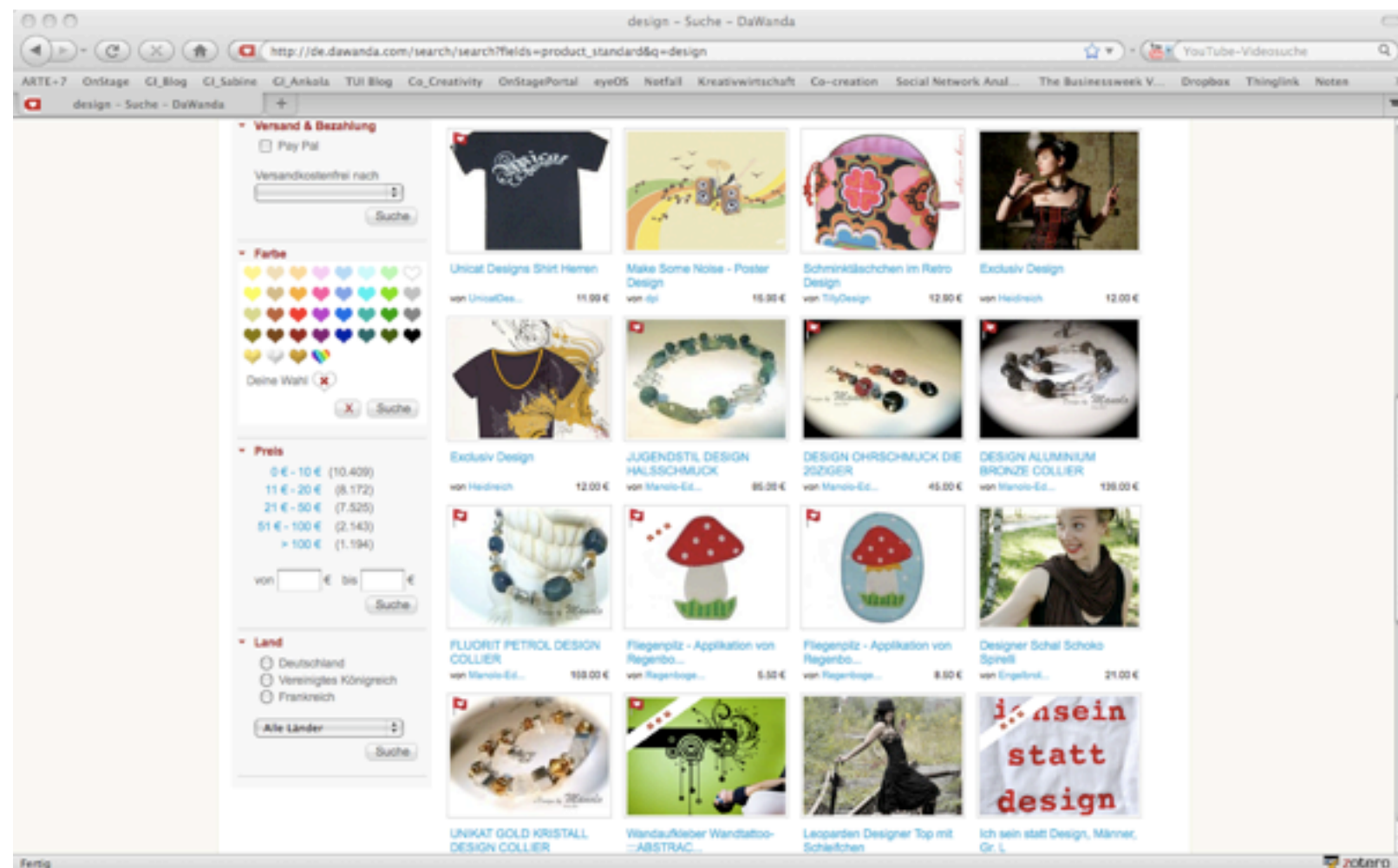


Eine global vernetzte Wirtschaft mit hochflexiblen Technologien hat diese Alleinherrschaft über die Form auch den Händen und Köpfen der Industrie-Designer in greifbare Nähe gerückt. So verursachte das Ende 2008 erschienene Buch "Marke Eigenbau" einen erheblichen Wirbel vor allem unter jungen Designern. Es war nicht unbedingt für Designer geschrieben, aber es betraf unmittelbar deren Arbeit. Denn darin wird auf der Basis avancierter Technologie und internationaler Arbeitsteilung in der Herstellung und im Vertrieb ein alternatives Konzept von Wirtschaft angedeutet. Das Credo: Jeder macht das, was ihm am besten gefällt, auch am besten selbst. Die Entwürfe werden entweder in der heimischen Werkstatt gebastelt, oder in fernen Ländern willig hergestellt, viel wahrscheinlicher aber am eigenen Computern nebst smarterer Technologie realisiert - der Begriff des fabbing (personal fabricator) steht für diese Vision. Und dann, so die Hoffnung der Selbstbauer, wird es auf der Welt noch viele viele Menschen geben, die haben keine Zeit für derartige Selbstentwürfe oder sie sind zu steif dafür, und die, die steifen, die werden dann diese vielen vielen unterschiedlichen Dinge kaufen. Der Untertitel des Buches lautet denn auch: Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion. Eines der Paradebeispiele in diesem Buch ist die Plattform dawanda.>>

Warum OPEN?

● Marke "Eigenbau"

Dawanda



Ich weiss, einige Studierende und auch einige Absolventen, die ich kenne, bieten hier Handgefertigtes an. Leider finde ich sie nicht. Es gibt viele Arten, in denen Design betrieben wird. Ein Glück. Das Problem: Design bleibt hier begrenzt auf das, was aus einer Hand zu fertigen ist.

Das gilt insgesamt für den Grundtenor von Marke Eigenbau: - einerseits eine Vision von globaler Vernetzung vieler kleiner Bürger, andererseits und auf die Produkte bezogen: niedrige Komplexität.>>

Warum OPEN?

● Marke "Eigenbau"

● Egoismus an der Form

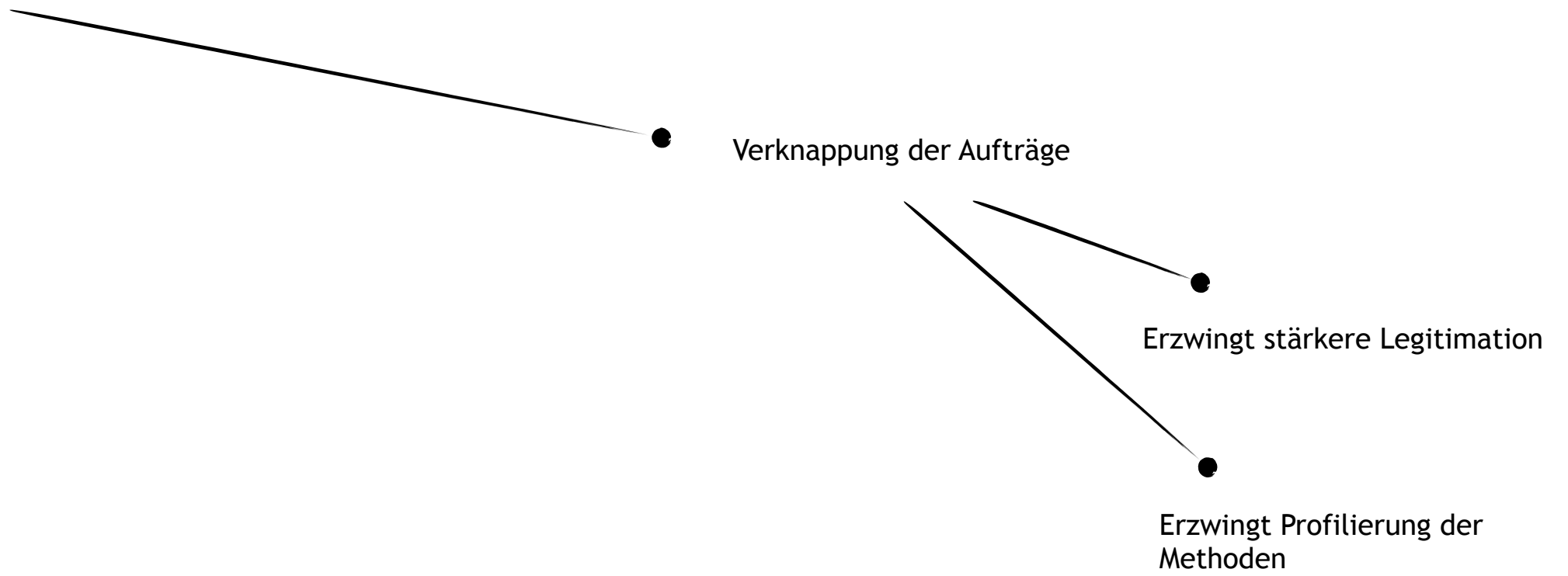
Nur Produkte mit geringer Komplexität, Konkurrenz zum Handwerk

Will man Produkte höherer Komplexität realisieren, wie sie für das Design und nicht bloß für ein digital aufgerüstetes Handwerk typisch sind, Produkte, in denen Chips verbaut werden, auf denen Programme laufen, die dann Interaktionen ermöglichen, also intelligente und smarte Produkte, dann kommen Designer um Kooperationen nicht herum. Oder aber sie überlassen diese Produktkategorien jenen großen Spielern, die schon am Markt aufgestellt sind und bewerben sich dort als freie Freie.

Das Thema von der Kooperation hat aber noch eine zweite Seite. Und die lautet, sind Designer überhaupt auch untereinander zur Kooperationen fähig? Oder ist der Egoismus an der eignen Form, der jedem kreativen Prozess verbunden ist, unhintergebar? Gilt im Design - wie in der Kunst - allein das aristokratische Prinzip: Einer macht den Entwurf und alle anderen führen aus? Ist ein kollektives Entwerfen möglich, dass die unterschiedlichen individuellen Erfahrungen der Designer in einer Form auch ästhetisch-einheitlich zusammenbringt?

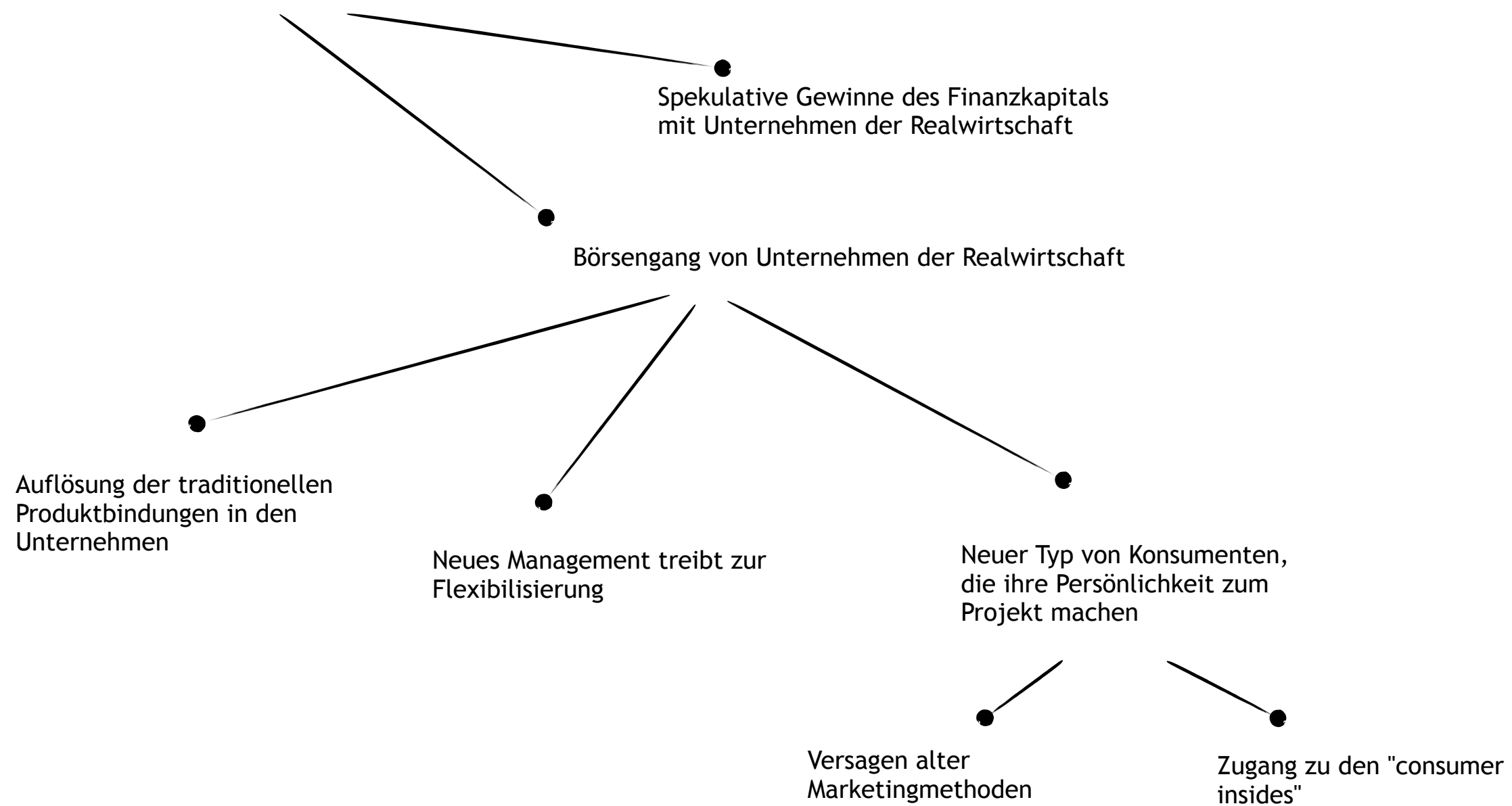
Ich würde Sie, wie man sagt, gern dort abholen, wo Sie sind. Und bevor ich mich auf die Möglichkeiten zur Öffnung von Designprozessen, zu Kooperation und Kokreativität einlasse, möchte ich etwas zur prekären Lage sagen, die Designern diese Öffnungsgesten anträgt oder gar abnötigt.

Krisen als Chance für das Design?



Seit der Dot-Com Krise ist die Welt des Designs verändert. Seither tritt in einer neuen Qualität die Hinwendung zum Kunden - und das sind die Auftraggeber ebenso wie die Endkunden - in den Mittelpunkt der Designarbeit. Es ist nicht so, dass diese Ideen so wunderbar neu gewesen wären. Vielleicht hat Amerika dort gegenüber Europa etwas Nachholebedarf. Wenn Tim Brown, CEO von IDEO neuerdings auf TED den Designern empfiehlt, doch etwas "bigger" zu denken, vom Design zum Design Thinking überzugehen, dann wissen europäische Designer eine lange und ausdifferenzierte Geschichte partizipatorischen Designs in ihrem Rücken und eine funktionalistische Tradition, in der seit den zwanziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts der Nutzer schon immer Ausgangspunkt jeglicher Designbemühungen war. Aber mit dem Zusammenbruch vieler Auftragnehmer nach 2000 und der anschließenden Rezession wurde schlicht und einfach die Arbeit knapp. Wer als Unternehmer Geld in Kreativität investieren mußte, weil der Markt enger wurde, wollte genauer wissen, wofür er sein Geld ausgab. Das zwingt das Design zu zweierlei: oberflächlich zu einer stärkeren und lautereren Legitimation. In der Tiefe jedoch um eine stärkere Profilierung der eignen Methoden.>>

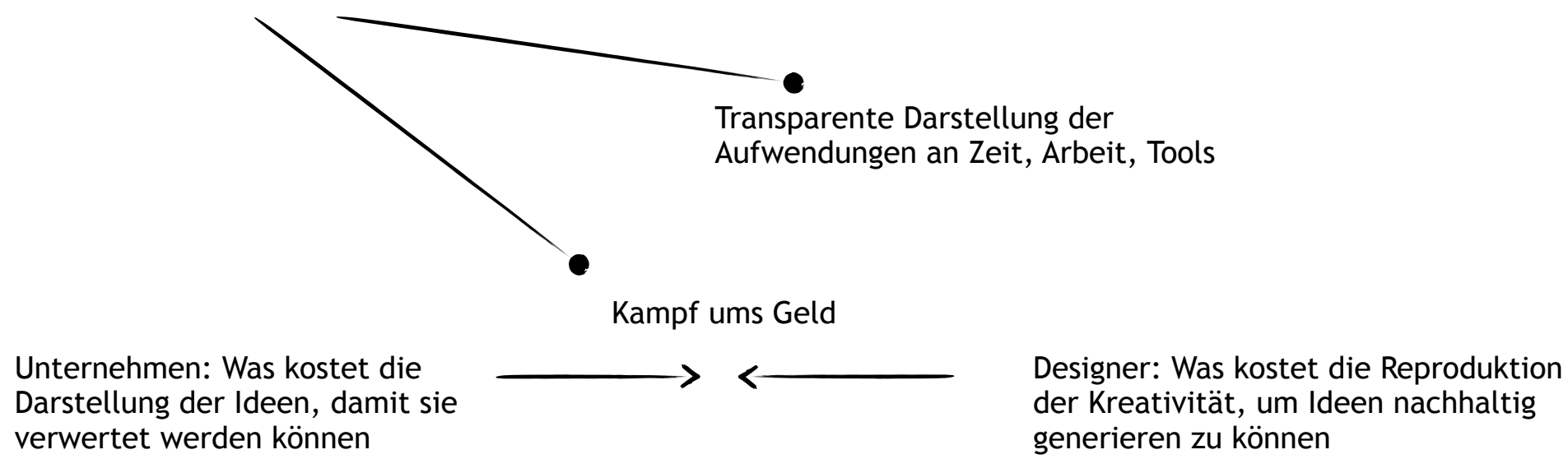
Ökonomische Gründe für die Aufwertung von Design seit den neunziger Jahren



Vorbereitet hatte sich dieser Prozess vielfältig und lange in kulturellen, technischen und ökonomischen Zusammenhängen. Ich möchte hier nur kurz auf die Ökonomie eingehen. Als es sich zeigte, dass mit dem Verkauf von Aktien an der Börse mehr und vor allem schneller Geld verdient werden konnte, als mit der Verwertung in der Realwirtschaft, hatte das auch Konsequenzen für die Realwirtschaft. Eine neue Generation von Managern trieb die Unternehmen geradezu an die Börsen, um dort frisches Geld für den Konkurrenzkampf einzuholen. Das aber erforderte, die Performance dieser Unternehmen für die Augen der Spekulanten zu verbessern. Mich erinnert das immer ein wenig an den Straßenstrich. Die Unternehmen mussten zeigen, dass sie nicht nur schick waren - eine Aufgabe für Kommunikationsdesigner -, sondern auch, dass sie über die entsprechende Flexibilität verfügen, sich auf jede noch so unberechenbare Situation am Markt einzustellen. Dazu genügte es nicht, die Kaffeemaschinen, auf deren Erfolg das Markenimage bisher aufbaute, irgendwie umzufrisieren. Es ging vielmehr darum, die Technologien, die in den Fabrikhallen standen und die Kompetenzen der Mitarbeiter möglichst flexibel einzusetzen, um keine Verwertungschance zu verpassen. Und hier öffnete sich eine Lücke für das Design: In vielen Unternehmen sah das neue Management traditionell überkommene Bindungen von Unternehmen an bestimmte Produktgruppen als Zwangsjacke an und zeigte sich offen für Produktvorschläge, auf die Kunden schon immer gewartet, die sie aber bisher so noch nicht erhalten hatten. Designer wurden, soweit sie kulturell den Kunden nahe standen, zu gefragten Leuten.

Als die Dotcom-Blase platzte und die Träume der Venture-Kapitalisten auf den Boden der Realwirtschaft zurückgesetzt wurden, gerieten die bislang gefragten Designer unter Druck. Niemand hatte mehr Geld übrig für risikoreiche Projekte wie zuvor im IT-Boom. Und alle Unternehmen hatten zu tun, die Erwartungen, die an der Börse in sie gesetzt wurden, auch durch die Realisierung von Gewinnen am Ladentisch nachzuweisen. Natürlich konnten Designer keine Garantien für den Markterfolg der Produkte geben und man erwartete das auch nicht von ihnen. Auch der Starstatus einiger in den Medien gehypter Designer garantierte die Erfolge nicht automatisch. - Aber keine andere Disziplin hatte ein so gutes methodisches Inventar zur Erschließung der Wünsche und Bedürfnisse der Kunden - der consumer insides - und vor allem: Keine andere Disziplin hatte die entsprechende Hardware. Denn Designer arbeiten unter Einsatz ihres ganzen Körpers - nicht nur ihrer Hände und Leiber, auch ihrer Vorstellungskräfte, ihrer Beziehungen, die sie zu ihre Freunden und zu ihren Liebsten haben - "leidenschaftlich", wie sie selbst oft meinen, für eine Veränderung der Dinge in dieser Welt.>>

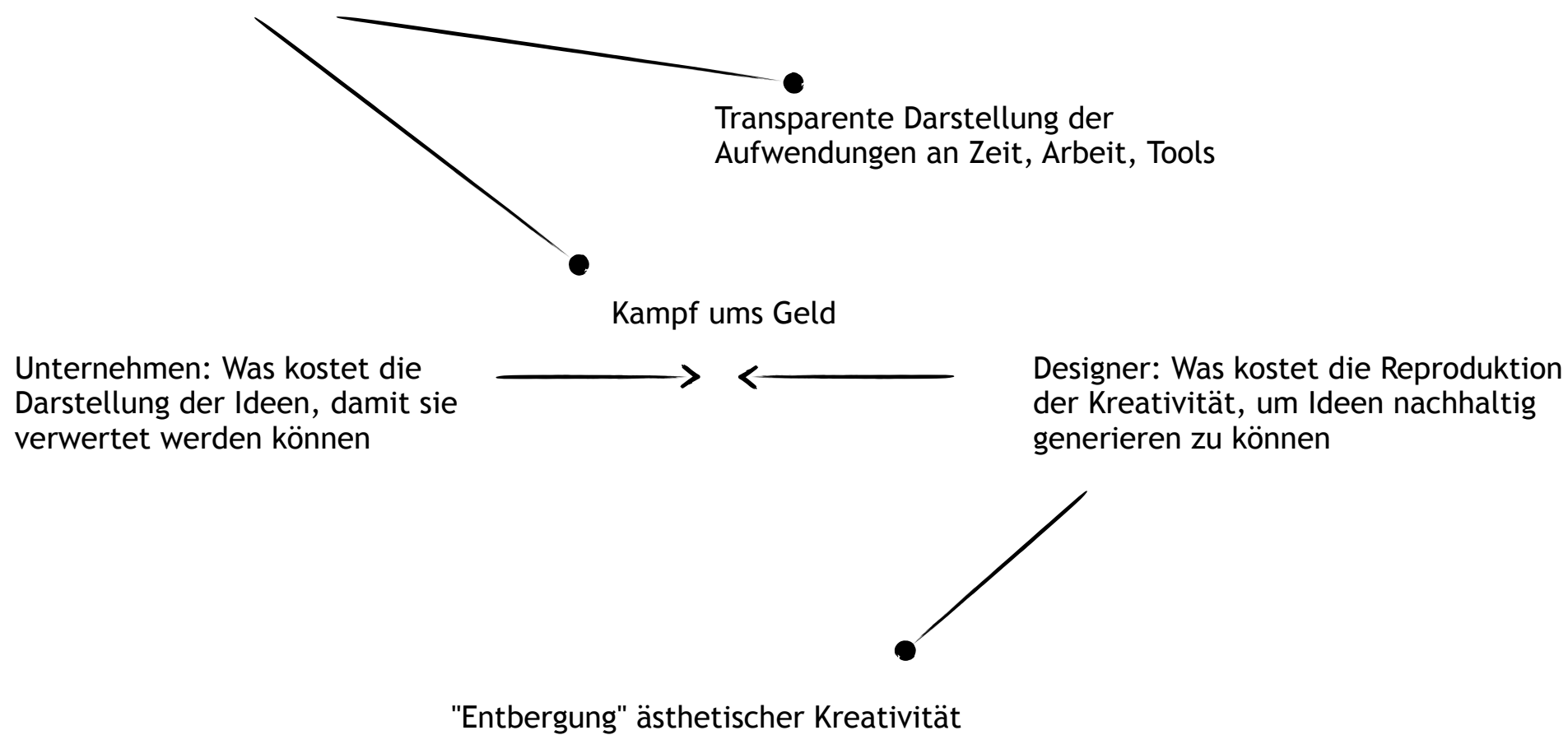
Konsequenzen der Krise für die Designarbeit



Viele Geldgeber verlangten vom Neuen Management allerdings einen straff kontrollierten Nachweis, was mit dem Geld für Produktentwicklung und Produktimplementierung genau geschah. Designer gerieten in Erklärungsnot. Die Auftraggeber akzeptierten nur die Zeit, die es braucht, eine Idee zu kommunizieren - sie aufzuzeichnen und in ein Datenfile zu verwandeln. Die Zeit jedoch, die es brauchte, eine Idee zu haben, das interessierte die neuen Geldgeber zunächst genauso wenig wie es die Ölbarone interessiert, wie viel Zeit es braucht, das in der Erde Öl nachwächst. Ökonomisch relevant ist allein der Aufwand, der betrieben werden muss, die Quellen anzuschöpfen.

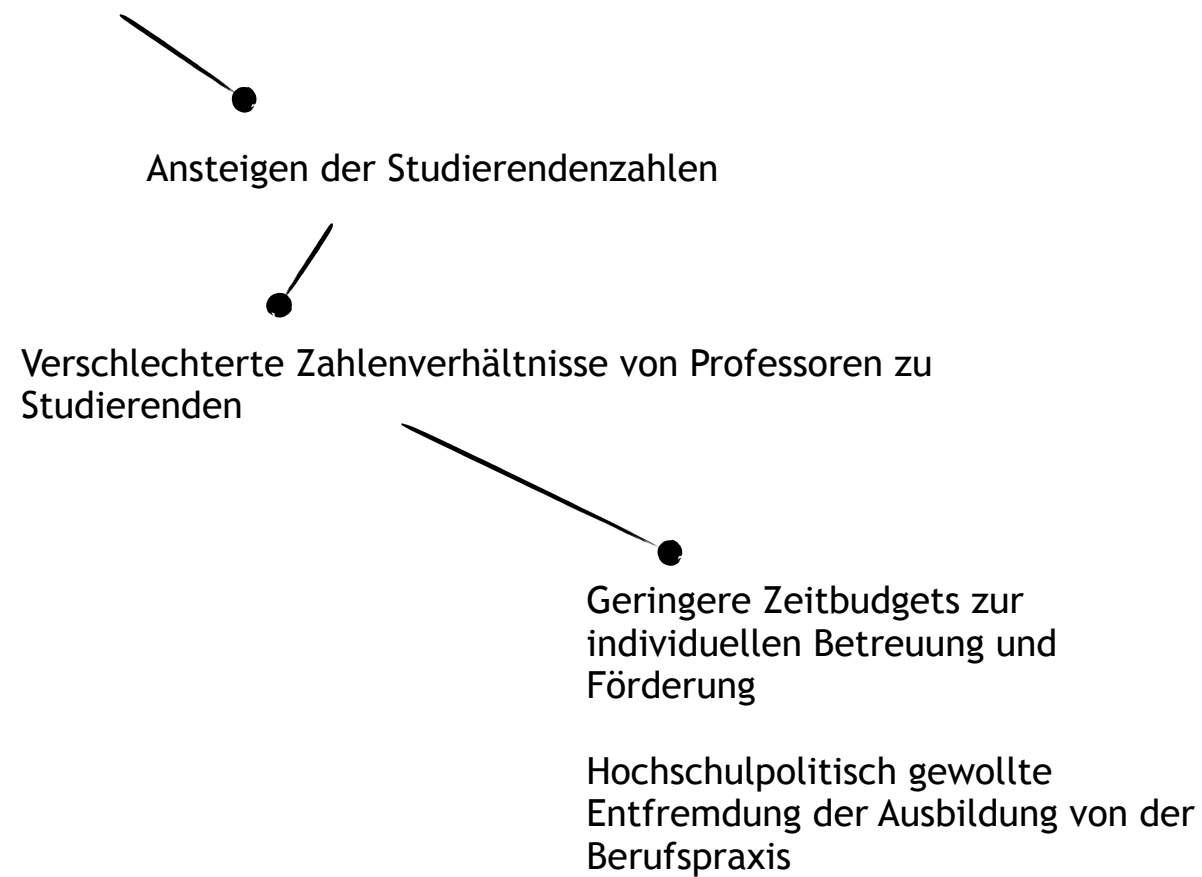
Aber Phantasie, Kreativität ist etwas anders als Öl. Sie ist unberechenbar und launig. Und an dieser Unwägbarkeit kreativer Leistungen beginnt ein immer ernster werdender Kampf ums Geld: Die Geldgeber hatten Interesse, immer neue Ideen in ihre Verwertungskreisläufe hineinzuziehen - das Zeitalter der Freelancer und Praktikanten brach an. Viele Designagenturen wussten sich schlicht nicht anders zu helfen, als die Erneuerungsrate, die von ihnen verlangt wurde, durch das Verbrennen von Absolventen zu erbringen. Und andererseits kämpften die Designer - vor allem die, die am Markt bereits als anerkannte Spieler etabliert waren - darum, die Leistungen, die sie für eine Reproduktion ihrer Kreativität einfach brauchten, den Geldgebern in Rechnung zu stellen. Das ist der Aufstieg von Design-Research, der Versuch, die kreativen Leistungen von Designern bei der Produktentwicklung den Geldgebern offensiv zu argumentieren. Und das zwang aber auch die Designer dazu, sie tatsächlich zu entwickeln. Besonders überzeugend gelang das in den allen vertrauten Mustern der Wissenschaft und ihrer Methoden. Systemtheorie machte die Runde.>>

Konsequenzen der Krise für die Designarbeit



Designer hörten auf, ihre Arbeit als ein Geheimwissen zu hüten. Sie wurden gezwungen, es anderen darzulegen. Die alte Praktik: Gib mir einen Auftrag, ich bringe Dir in sechs Wochen die Lösung, fand keine Geldgeber mehr. Einerseits, weil die Unternehmen wissen wollten, ob die Lösung überhaupt etwas mit den Unternehmen - und nicht bloß mit den Ego des Designers - etwas zu tun hat. Und aber auch: Weil Designer sich immer weniger als Lead-User imaginieren konnten. Die alte Stellvertretertaktik, die noch heute an vielen Hochschulen anzutreffen ist: Jeder Designer ist sein bester und also der ideale Konsument - wurde von den Unternehmen nicht länger hingenommen. Designer mussten sich praktikable Methoden erarbeiten, wie sie auch an die Bedürfnisse von Nutzern heran kamen, die ihnen vormals fremd waren, die anders "tickten". Und es gab noch eine neue Front: In dem Maße, in dem Designer zu den Ideengebern und Treibern von Innovationsprozessen wurden, veränderte sich ihr Verhältnis zu den Ingenieuren, Informatikern, den Marketingspezialisten. Früher waren - Marketing vorausgesetzt - die Ingenieursdisziplinen der Bottleneck jeder Designentwicklung - letztlich entschied ihre Kompetenz, was ging und was nicht. Hier hat sich fundamental etwas geändert. Ingenieure werden vom Design gefordert. Selbst in den großen Fossilen der Autoindustrie ist das Verhältnis von Designern zur Ingenieuren bei der Neuwagenentwicklung mindestens 1 zu 10. Im Gegenzug wollen die Ingenieure allerdings wissen, was denn nun genau die Designer in die Waagschale der Zusammenarbeit hineinwerfen können.>>

Konsequenzen der Krise für die Ausbildung



Der Aufbruch des Risiko-Kapitals in den achtziger Jahren hat aber auch nachhaltig die Ausbildungslandschaft verändert. Kreativität wurde als ein wertvoller Rohstoff anerkannt, der sich besonders gut ausbeuten und in ökonomische Macht verwandeln lässt. Weil die Herstellung von Produkten aus den alten Zentren der Welt weg in die Peripherien wanderte, wo die Sozialstandards niedriger waren, glaubten viele, gleich breche eine postindustrielle Zukunft an. Mir ist zu Beginn des neuen Jahrtausends geradezu schwindlig geworden angesichts der Absolventenzahlen von Hochschulen im Designbereich. Mir war völlig unklar, woher das Auftragsvolumen für all die Ausgebildeten kommen soll und ich konnte mich auch nicht mehr damit trösten, dass Design, wie Germanistik und Kulturwissenschaften, eine gute Freizeitbeschäftigung für Ehefrauen und Ehemänner mit reichen Partnern ist oder sein könnte.

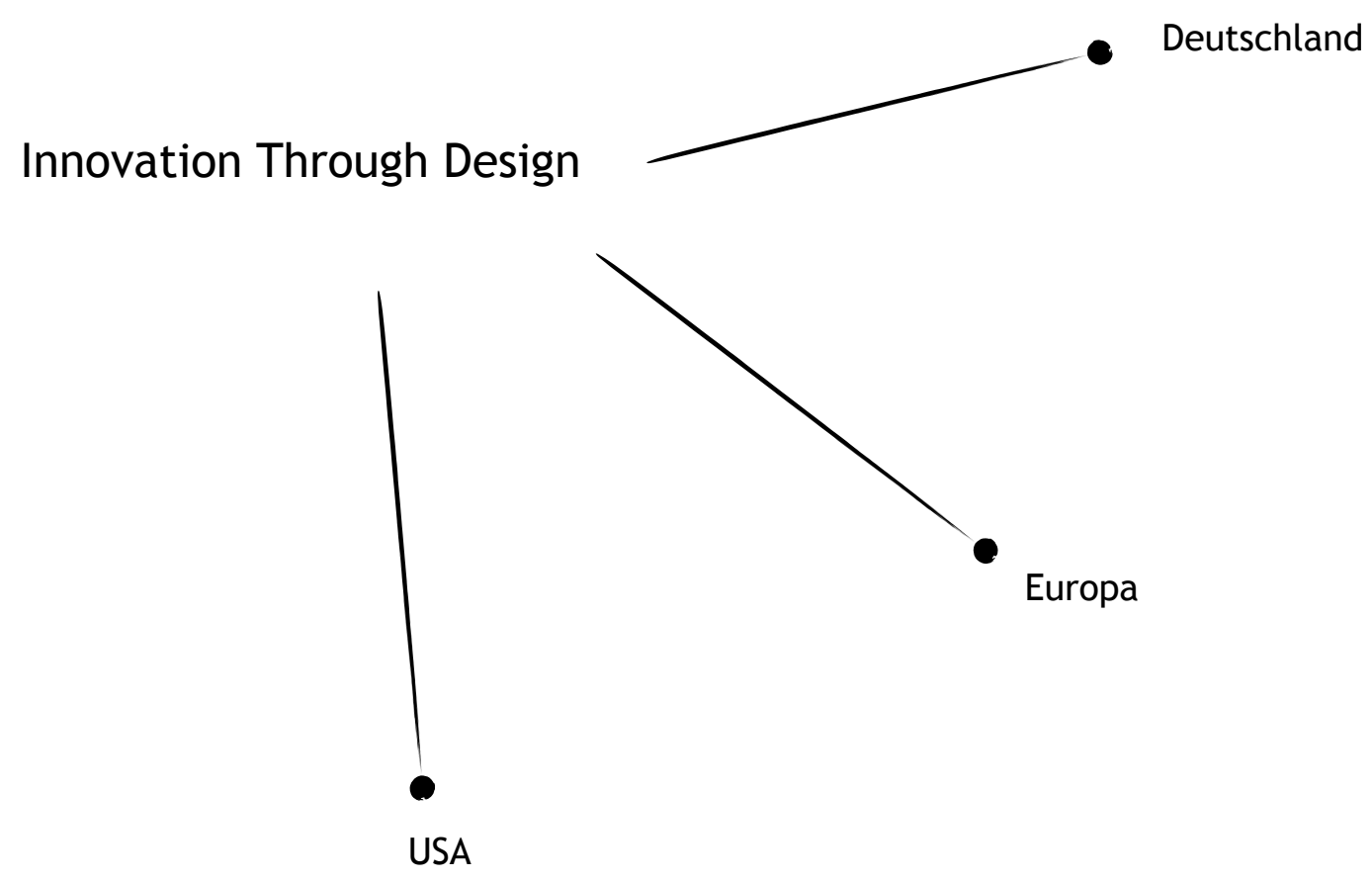
Ich habe lange in meinen Herzen die Vorstellung getragen, dass alle, die in Eignungsprüfungen eine künstlerische Befähigung nachgewiesen haben, auch berufsfähig gemacht werden können. Ich habe mich um jeden gekümmert und versuche dies auch noch heute. Ich kann deshalb auch nur an kleinen überschaubaren Schulen arbeiten. Ich komme aber nicht umhin festzustellen, dass die Gesetze eines überfüllten Arbeitsmarktes gnadenlos sind und zu einer Auslese führen. Peter Raacke hat mir das in einer Diskussion, bei der ich mich auf dem Podium noch als "Guter Mensch" vorstellte, der möglichst allen Ausgebildeten Arbeit verschaffen will, drastisch klar gemacht. Er sprach in Bezug auf die übervielen mäßig ausgebildeten Studierenden vom Humus aus dem dann die besonders guten heraus wachsen könnten. Ich brauchte einige Tage, um die Metapher mir klar zu machen: Das Wunderbare und frische Wachstum weniger - sagt das Bild vom "Humus" - bedarf einer Vielzahl abgestorbener Existenzen.>>

Projekt 2007/2009: Innovation Through Design

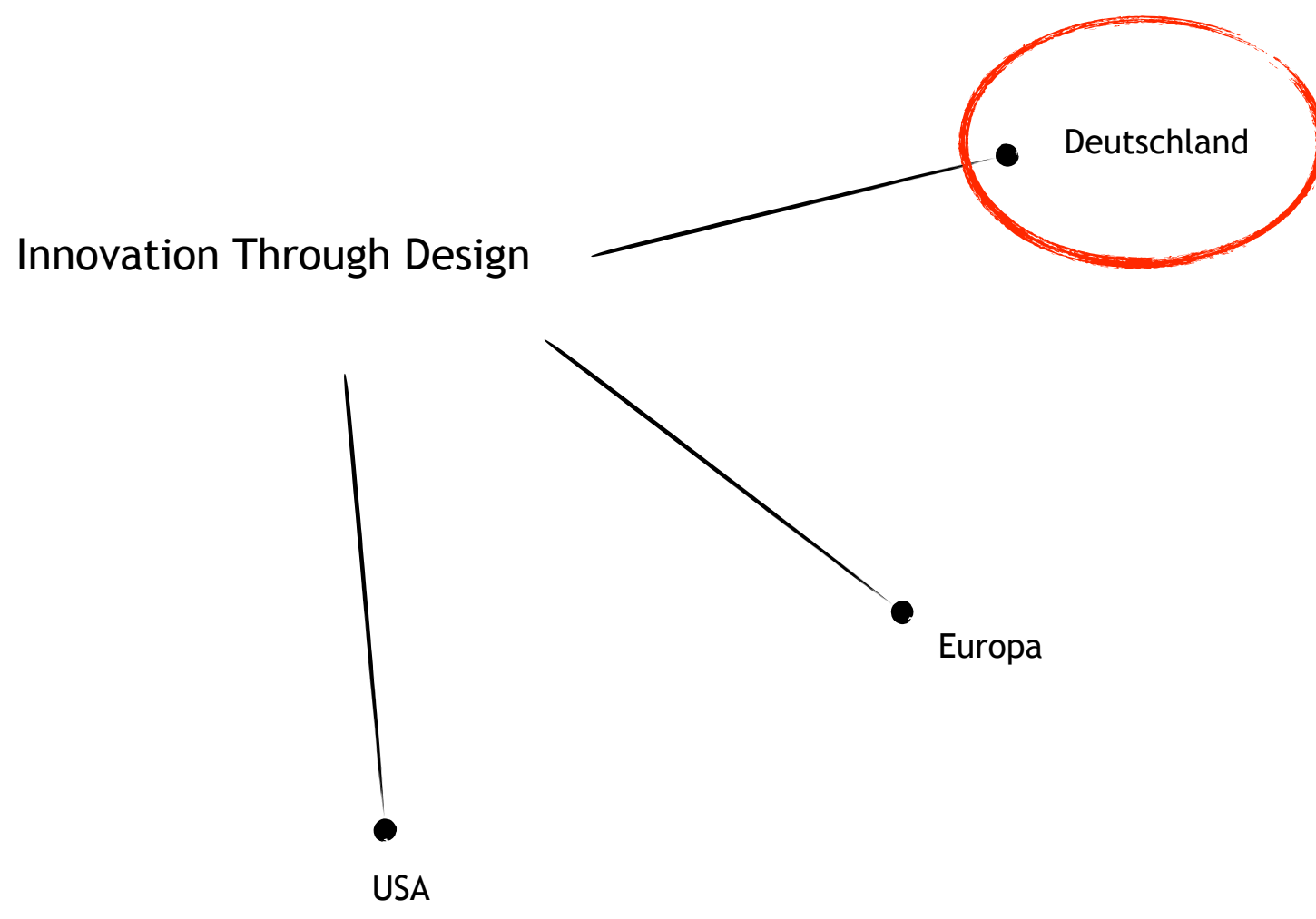
- Welche unterschiedlichen Konzepte und Arbeitsformen haben Designer entwickelt, um in der Zusammenarbeit mit Unternehmen zu Treibern von Innovationsprozessen zu werden?
- Was ist designgetriebene Innovation den Unternehmen wert und wie wird diese Designarbeit budgetiert?

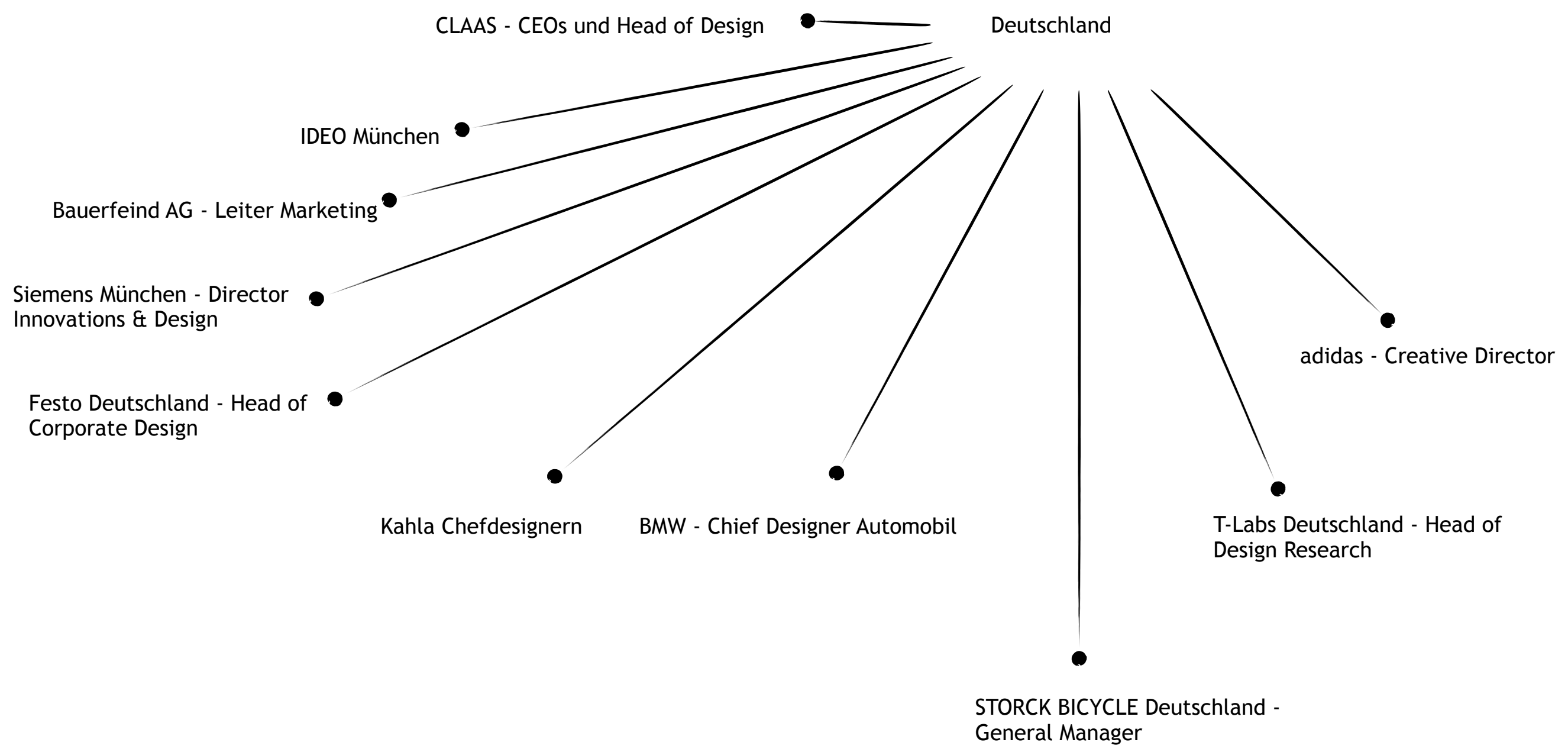
Als der Freistaat Sachsen Forschungsgeld bereit stellte, konnte ich zwei Frauen einstellen und in die Welt schicken, damit sie sich die in Bewegung befindliche Situation des Designs auf einer internationalen Bühne etwas genauer anschauen. Wir nannten das Projekt: Innovation through Design. Uns interessierte: Welche unterschiedlichen Konzepte und Arbeitsformen haben Designer entwickelt, um in der Zusammenarbeit mit Unternehmen zu Treibern von Innovationsprozessen zu werden? Gibt es auch für unsere Regionen gute Vorbilder und Argumente das Dienstleisterimage, das servile Designer selbst sich angedichtet hatten, abzuwerfen, um Macht und Einfluß auf ökologische, kulturelle und ökonomische Reproduktionszyklen zu gewinnen? Dass Designer schon lange als Treiber von Innovationsprozessen auftraten war uns seit langem klar: Uns ging es um das Entdecken von Arbeitsformen, die dieses Engagement und diesen Input auch wertmäßig anerkannten und produktiv umsetzten.

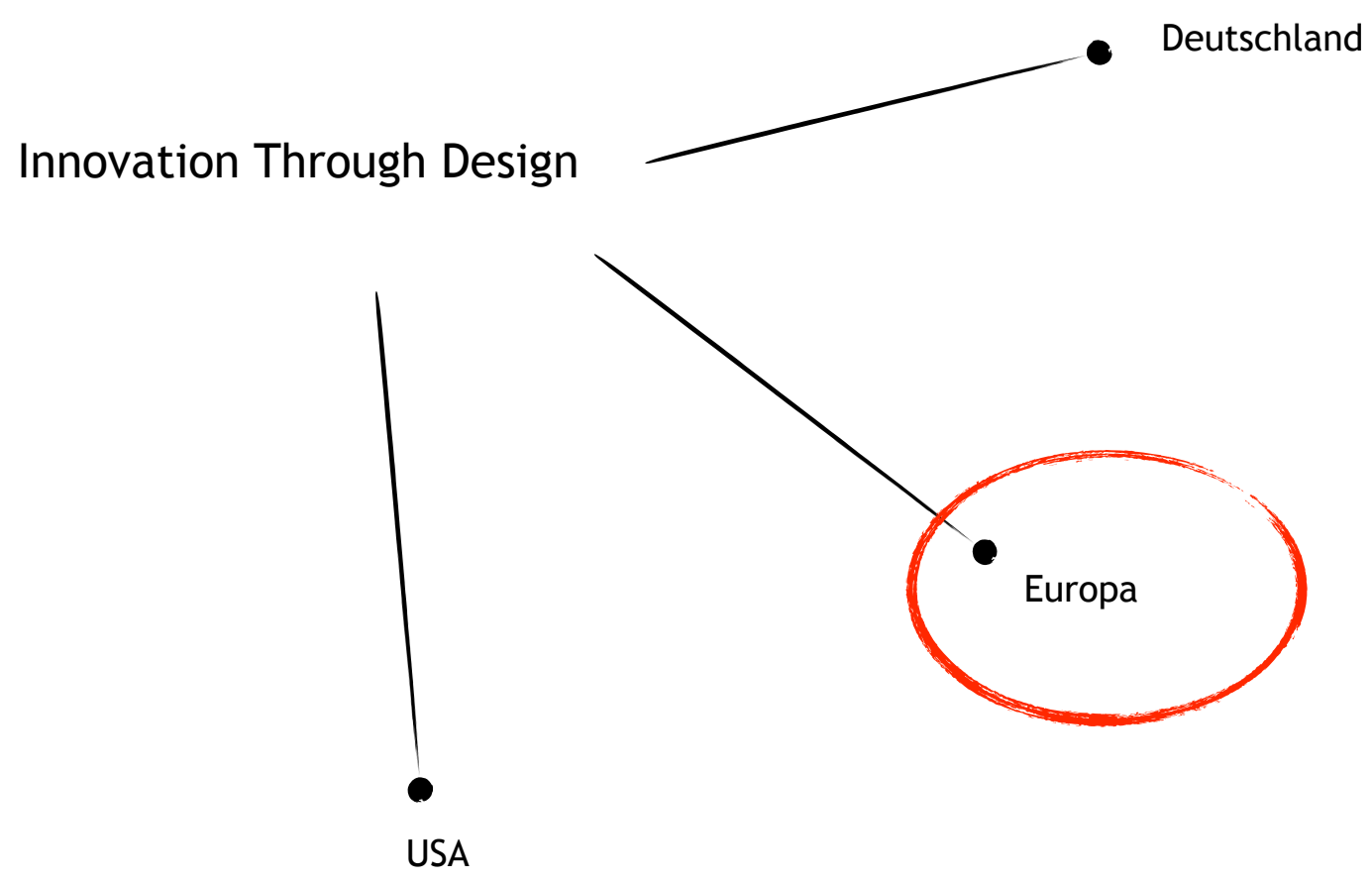
Und uns interessierte - auf internationaler Bühne -, wie Designarbeit budgetiert wird, wie von designaffinen Unternehmen der Wert kreativer Arbeit goutiert wird.>>

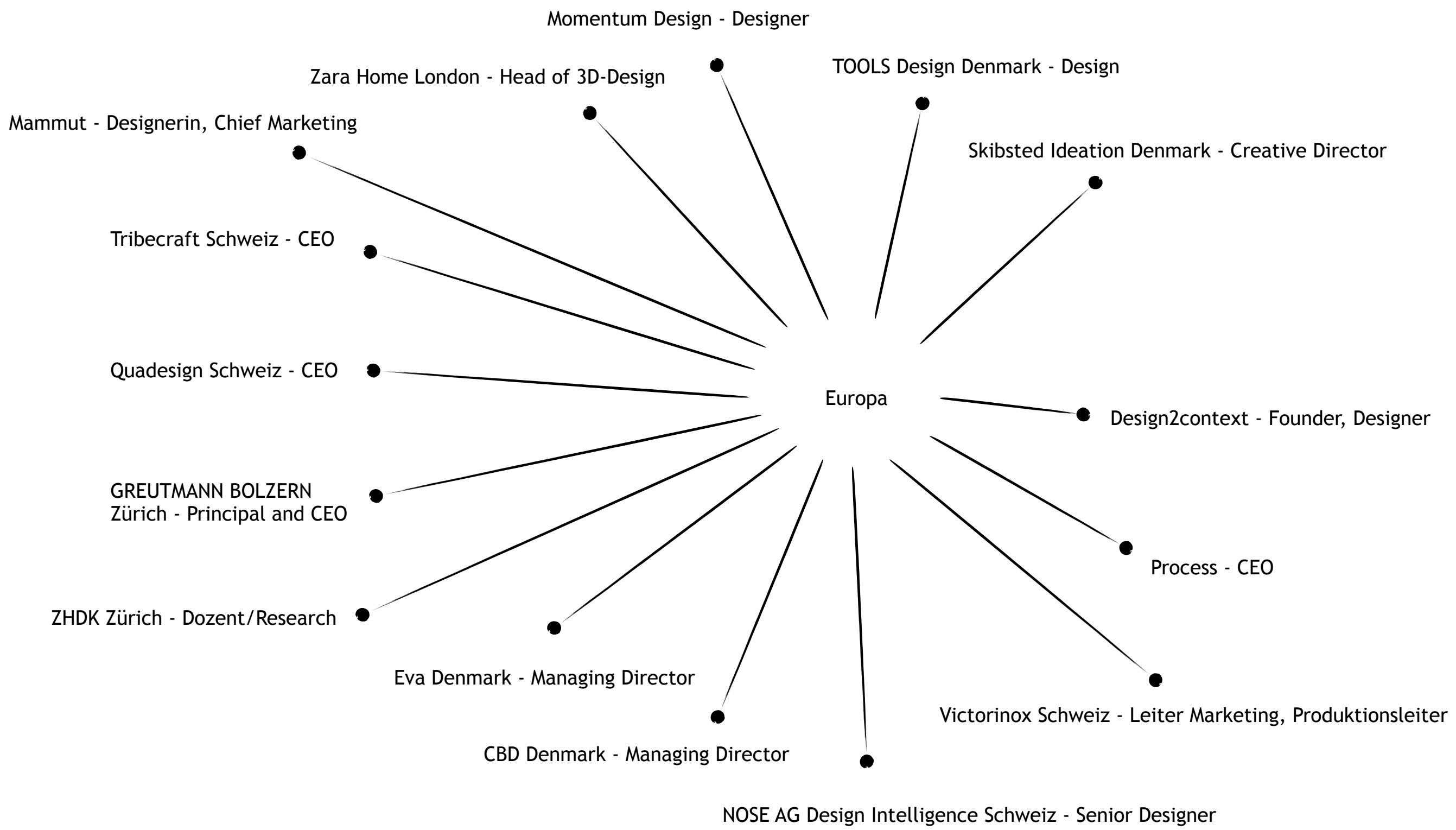


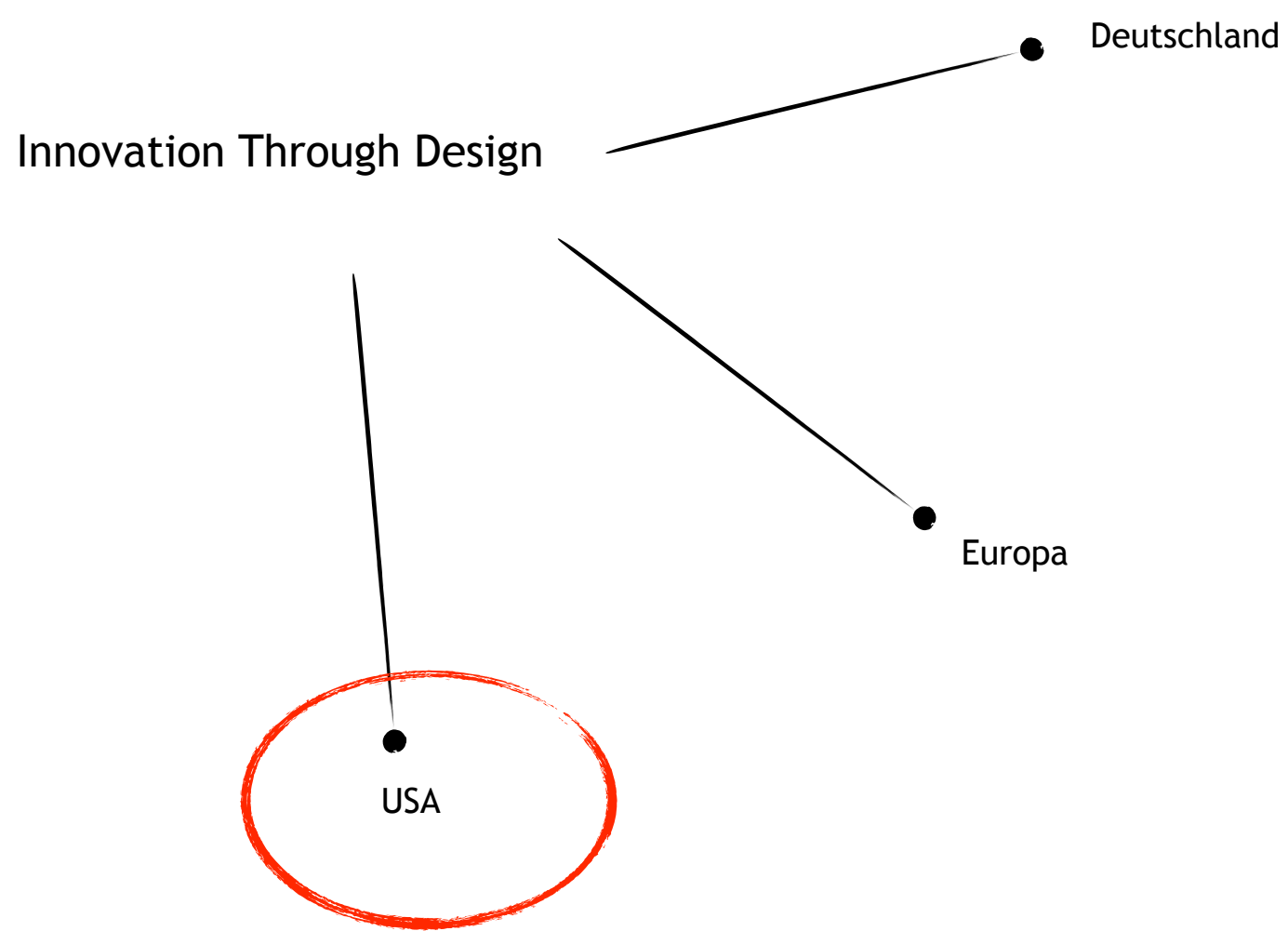
Anne Konstanze Lahr war zunächst mit einer Schweizer Betriebswirtin in Deutschland unterwegs, und dann mit Sabine Fekete in Europa und in den USA.

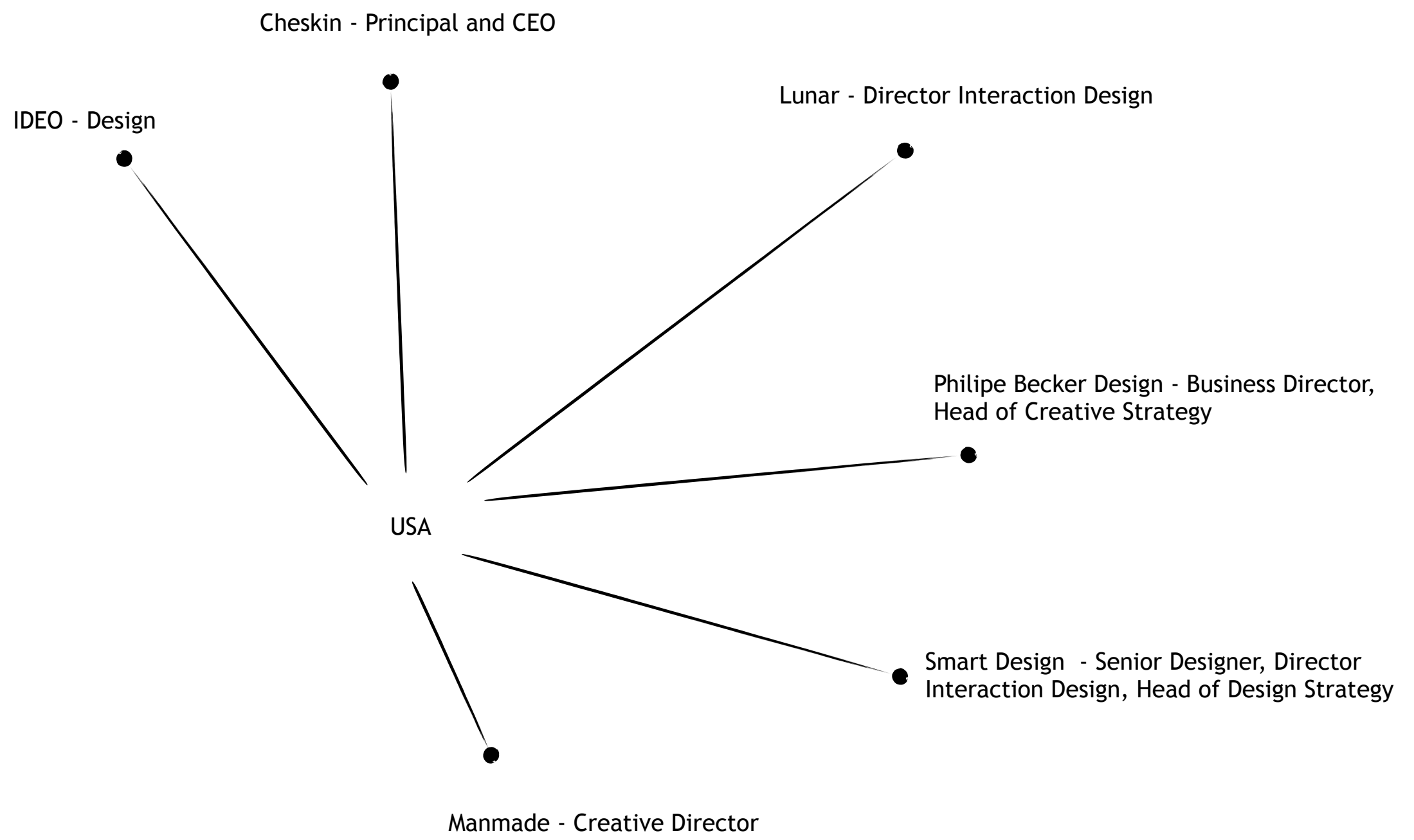




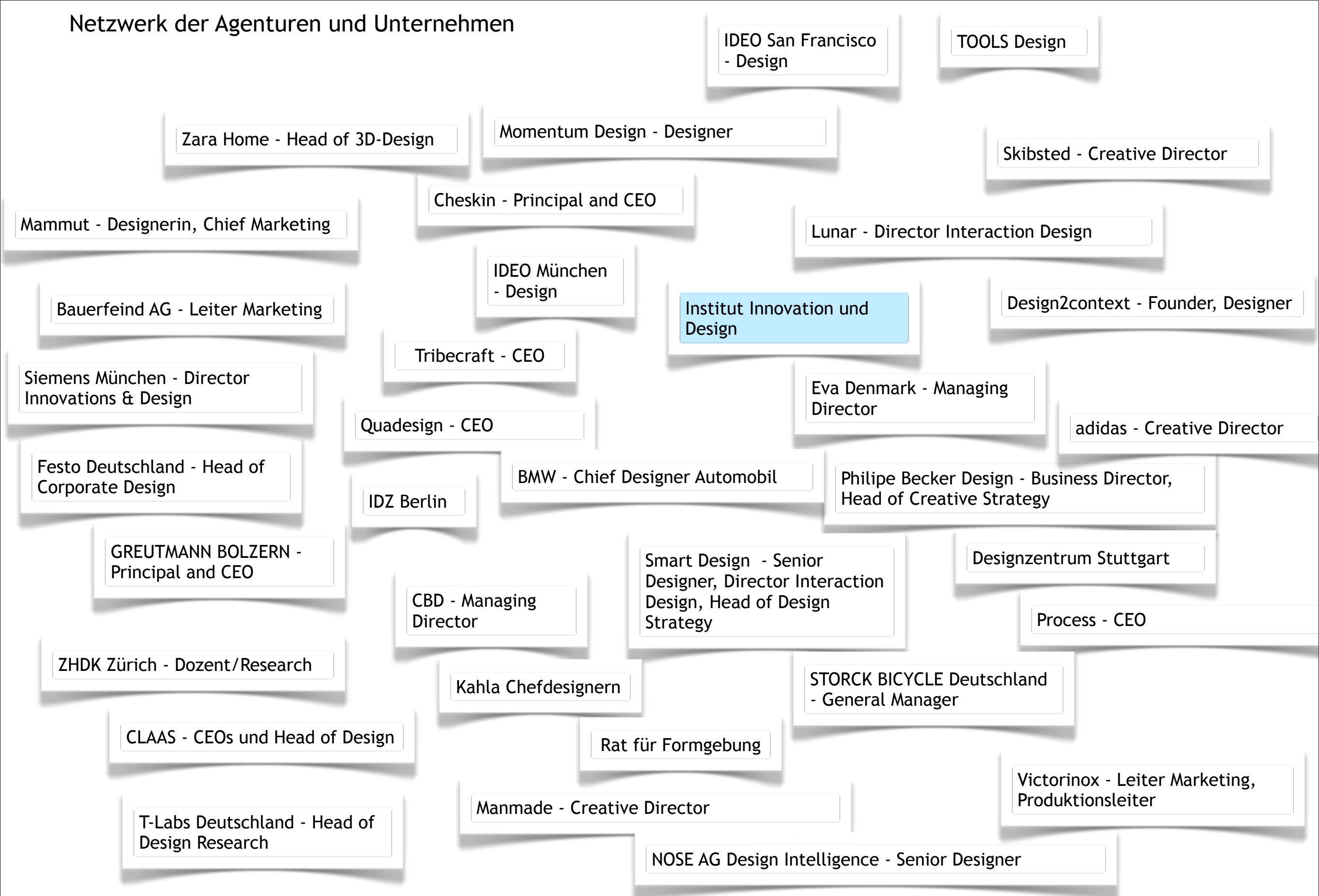






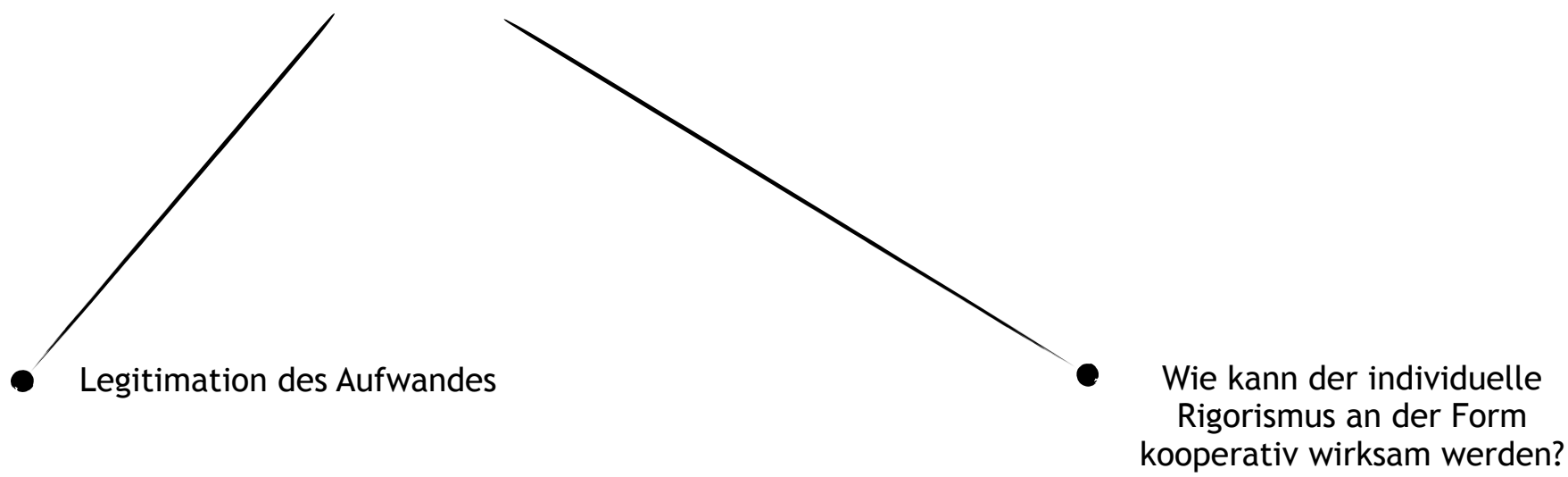


Netzwerk der Agenturen und Unternehmen



Damit die Designagenturen und Unternehmen bereit waren mit uns über zum Teil sehr sensible Daten und Prozesse zu sprechen, hatten wir ihnen angeboten, eine Art Netzwerk zu entwickeln, an dem alle beteiligten Agenturen zukünftig in einen Dialog treten können zum Thema Innovation durch Design und deren Budgetierung. Erstaunt und überrascht waren wir darüber, dass die Designagenturen, die wir wegen ihres sehr guten Prozessmanagements ausgewählt hatten, weniger an Zahlen interessiert waren, als vielmehr genau daran, die Fragen weiter zu verfolgen, von denen wir glaubten, dass sie sie bereits beispielgebend gelöst hätten: Wie wird kreative Arbeit organisiert?>>

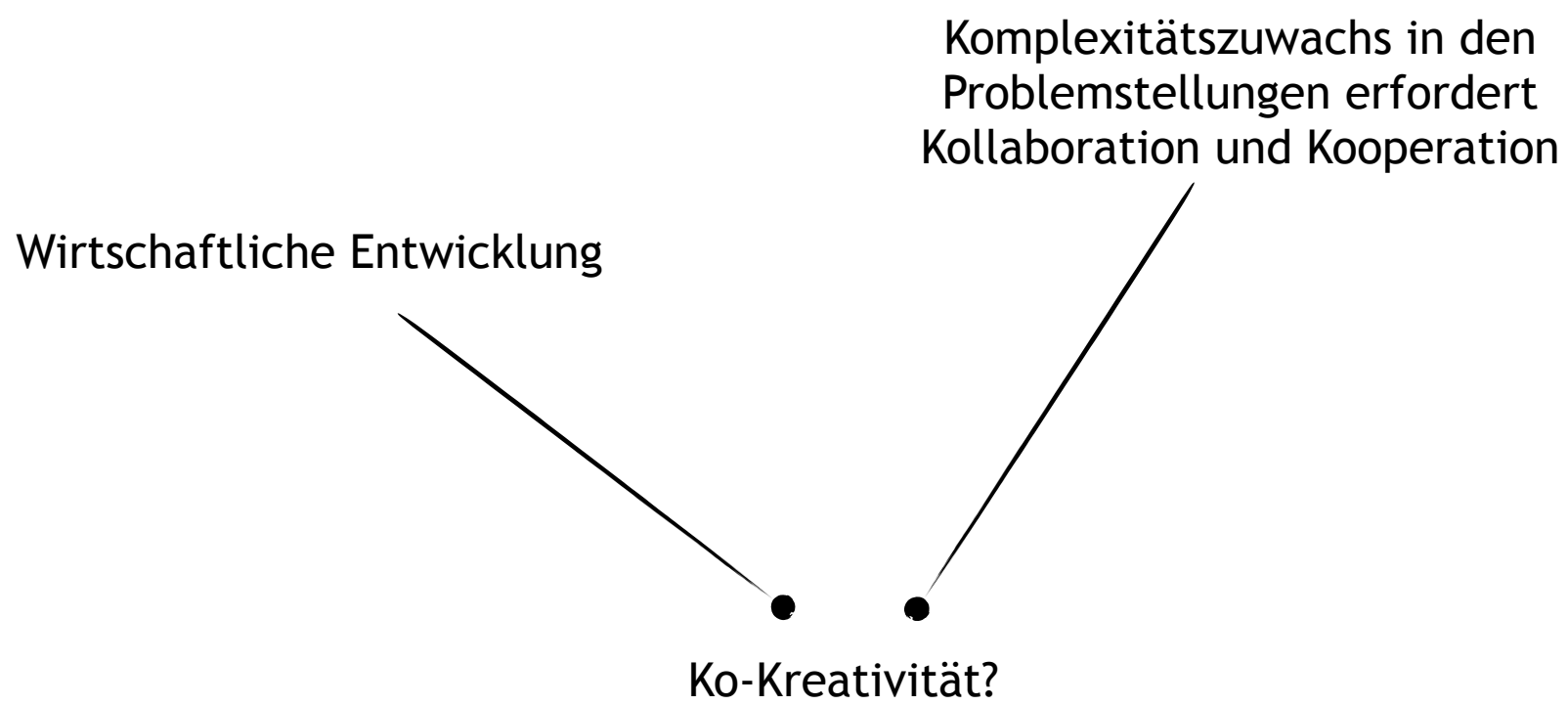
Wie wird kreative Arbeit organisiert?



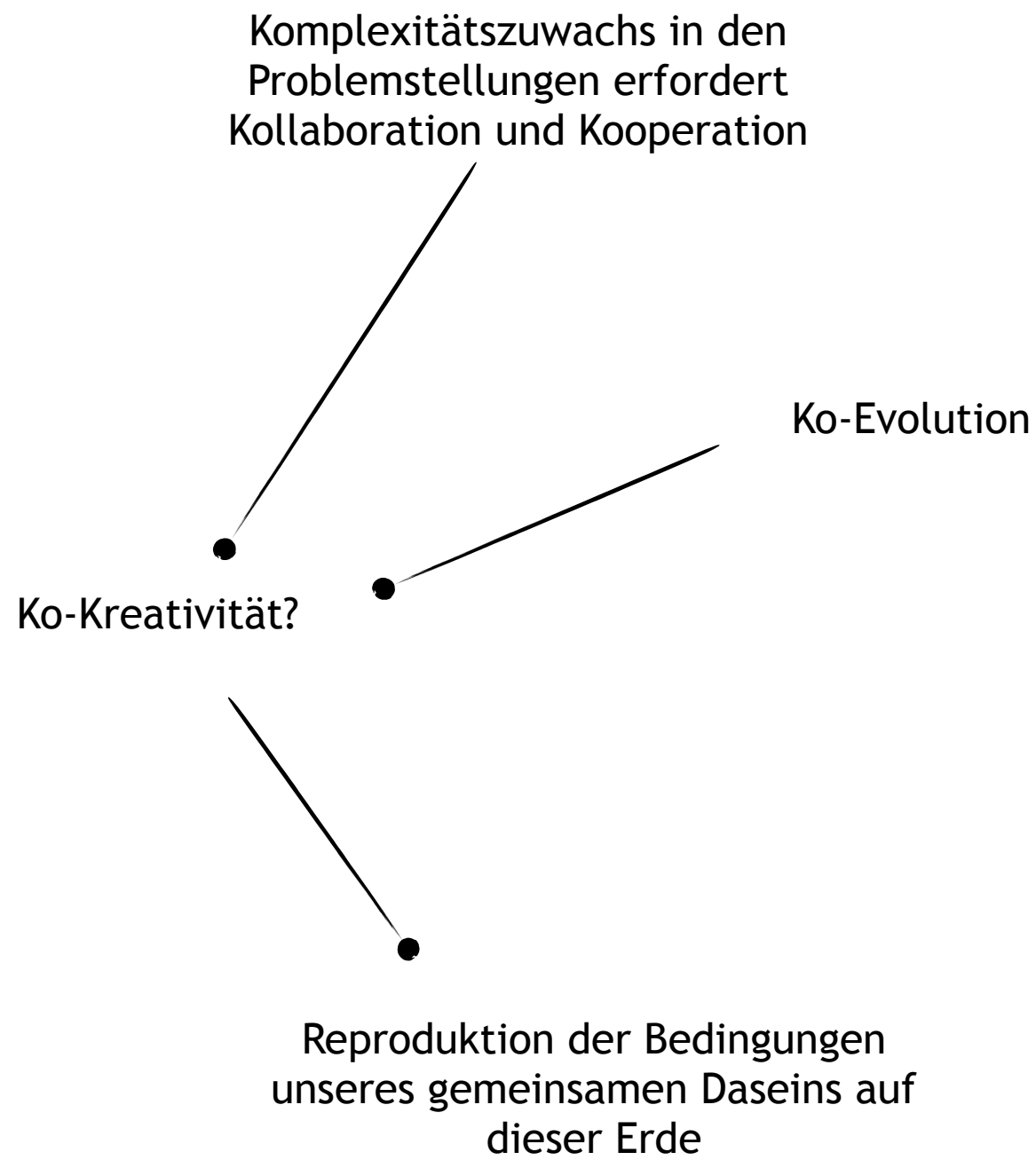
Diese Frage hat drei Aspekte. Einen hatte ich eingangs schon berührt: Wie argumentiere, legitimiere ich Auftraggebern gegenüber die Zeit, die es braucht, Ideen zu entwickeln? Denn selbst sehr gut organisierte Agenturen wie IDEO haben uns gegenüber Schwierigkeiten eingeräumt, Auftraggebern gegenüber jene gigantischen Posten glaubwürdig zu argumentieren, die die Research-Phase einnimmt - aus der Sicht der Verwerter sind diese Zeiten des Herumschauen in der weiten Welt, des Erfindens von Geschichten und des Träumen wertlos verbrachte Zeiten. In großen Design-Entwicklungstankern, in denen zum Teil über hundert Ingenieure, SoftwareNerds, Designer, Psychologen, Ethnologen, Betriebswirte und und und zusammenarbeiten, verschlingt diese Research-Phase etwa 40% des jeweiligen Budgets. IDEO versucht seit einiger Zeit - freundlicherweise stellvertretend und hilfreich für die gesamte Designsparte - unter der Überschrift >Design Thinking< Reputation auf diesem Gebiet zu erwirtschaften.

Die zweite Seite der Frage nach der Organisation von Kreativität lautet: Ist kreative Arbeit überhaupt als kollektive Arbeit zu organisieren, genauer: Wie kann der individuelle Rigorismus an der Form, der jedem Gestalter eigen ist, produktiv gemacht und in Kooperationen integriert werden?

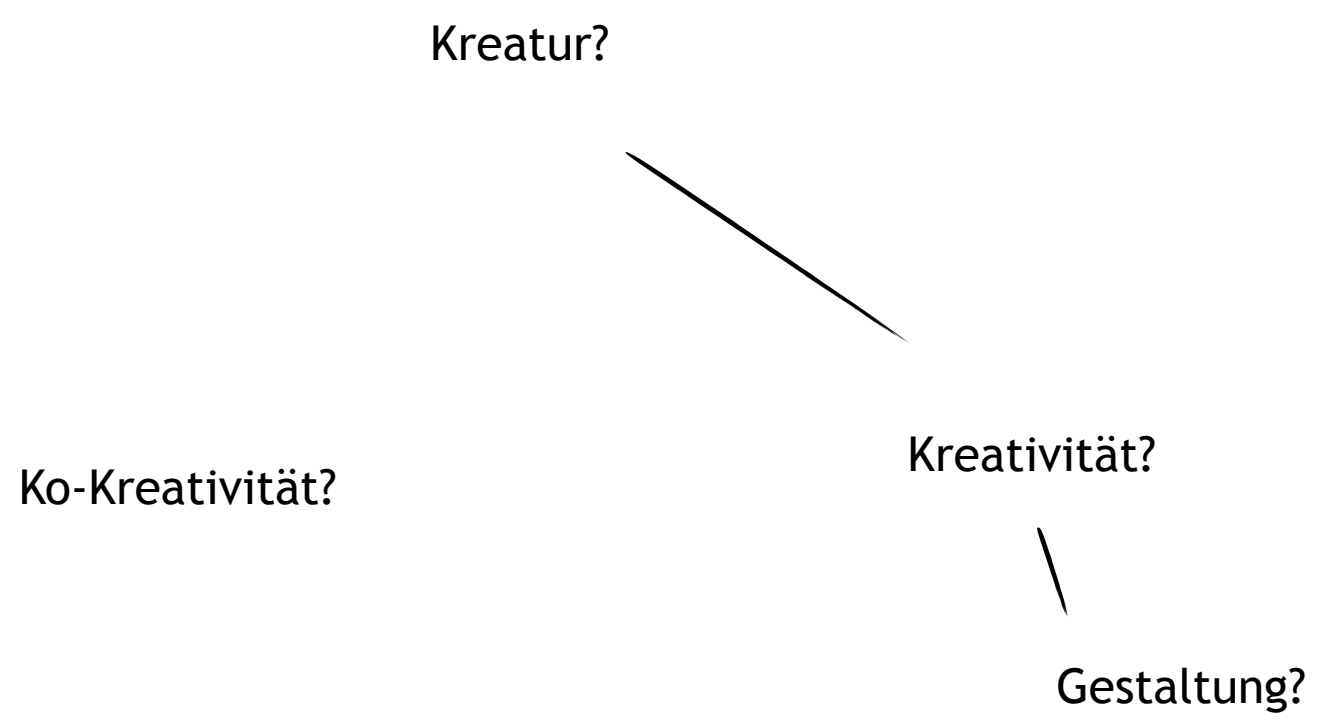
Die Frage nach der Organisation von Kreativität und dem Rigorismus in der Form enthält aber auch das Problem der Kompetenz: Egal ob in der Schweiz oder im Westen der USA - allenthalben trat uns entgegen die Klage, dass die Absolventen aus den Hochschulen einem sehr egozentrisches Weltbild verhaftet sind und dass in allen Agenturen erheblich Zeit darauf verwendet werden muss, die Egozentriker teamfähig zu machen, ihnen beizubringen, wie man anderen zuhört, sich auf andere einzulassen und ein falsches Helfersyndrom - "Ich verstehe was Du willst und sage Dir dann wie es geht und gut aussieht" in die richtigen Bahnen zu lenken. Ich will das nicht verteufeln und meine auch nicht, dass allein die Ausbildung schlecht oder schuld ist an diesem oftmals Egomanie skandierenden Kompetenzzuschnitt - ich komme noch darauf zurück. Neben diesen, dominant aus der Wirtschaft kommenden Gründen, gibt es noch einen Grund, sich mit kollektiven Organisationsformen von Kreativität zu beschäftigen: Es ist die Zunahme an Komplexität in den Problemen und Aufgaben, mit denen wir konfrontiert sind.>>



Im Unterschied zu vielen anderen bin ich der Meinung, dass die Komplexität, mit der wir es zu tun haben und mit deren weiterem Anstieg wir es noch zu tun bekommen werden, kein Fluch ist, sondern eine Chance und eine Herausforderung. Ich teile nicht die Meinung, dass Design allein dazu da ist, Komplexität bloß zu reduzieren, schicke Abdeckungen vor die komplexen und komplizierten technischen Systeme zu stellen, die Bildschirme abzufedern und abzupolstern, damit nicht zu viele Möglichkeiten an die Oberfläche dringen und die Deppen sich nicht zu sehr von ihr belästigt fühlen. Man kann das alles so tun und natürlich will auch ich ab und an meine Ruhe haben. Aber jede Komplexitätsreduktion ist auch eine Aufgabe von Möglichkeiten, die für die Bewältigung gegenwärtiger Prozesse womöglich hilfreich wären. Erkennt man die Komplexität, die Verschiedenartigkeit von Anforderungen in einem prinzipiell offenen Lebenshorizont an, dann ergibt sich daraus zwangsläufig die Einsicht, dass alles individuelle Manövrieren diesen vielfältigen Bedingungen gegenüber rasch albern, hilflos wirkt und bloß Figuren der Ohnmacht aufruft. Komplexe Probleme sind nur in der Kooperation kreativer Kräfte zu lösen - ich nenne das: Ko-Kreativ.>>

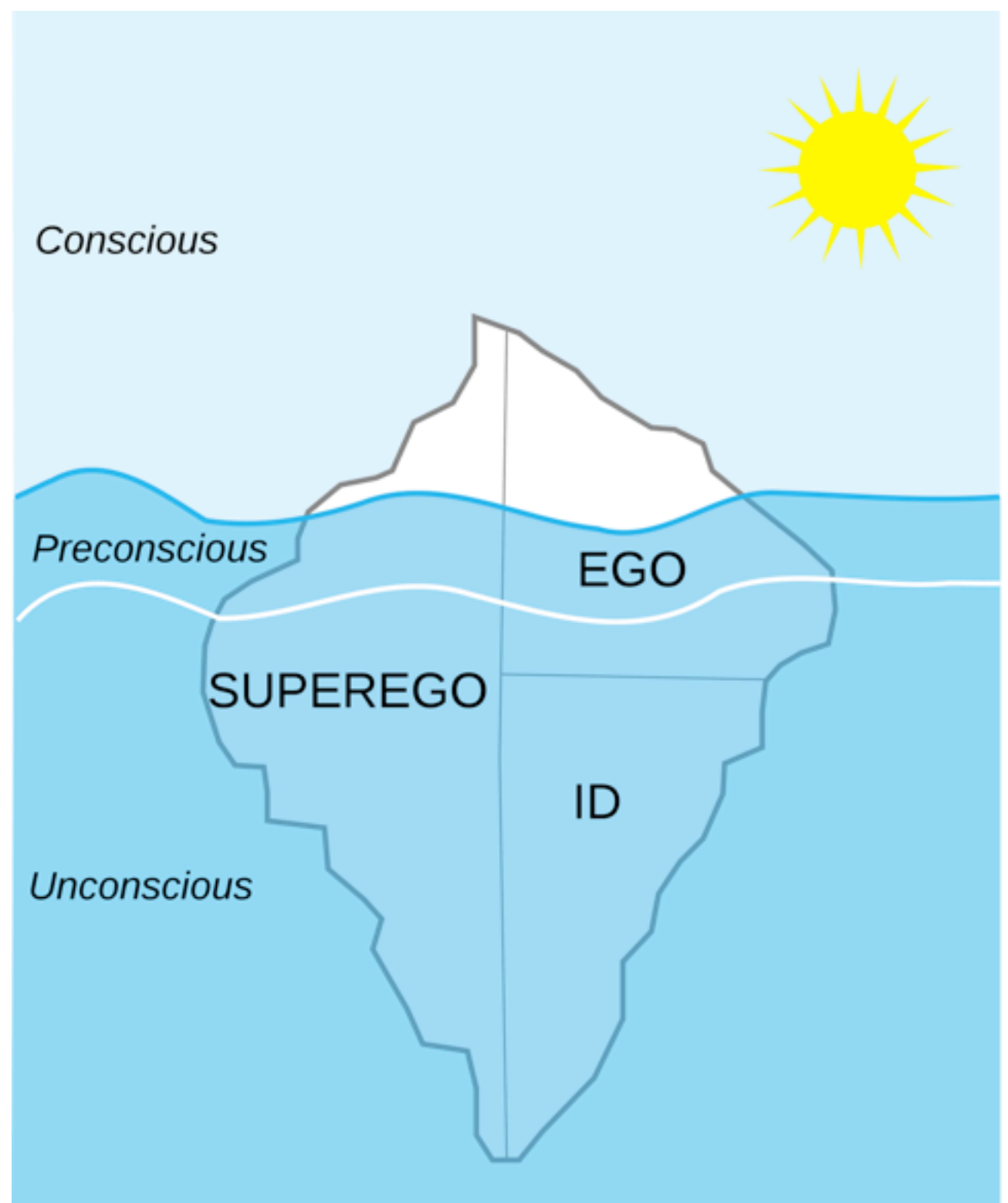


Was heißt eigentlich Ko_Kreativität? Wer den Begriff "Ko-Kreativität" googelt, wird schnell bei esoterischen Vereinen landen, die Bäume umarmen und mit der Schöpfung eins werden wollen. Ich selbst bin deshalb mit dem Begriff nicht wirklich glücklich. Aber ich finde keinen anderen, wenn ich zeigen möchte, dass die Kreativität des einen an der Kreativität des anderen sich entwickeln kann. Modell für meine Begriffsbildung sind nicht spirituelle Vereinigungsphantasien, sondern die Ko-Evolution, das Miteinander in der Entwicklung eines ökologischen Systems. Ko-Evolution nennt man das Mit- aber auch das Gegeneinander der Entwicklung mindestens zweier Arten - etwa so, wie wir die Entwicklung der Füchse von der Entwicklung der Hasen abhängig machen können. Nur, dass wir auf menschlichem Niveau nicht der Konkurrenz um Ressourcen den Vorrang in unseren Interessen einräumen sollten, sondern der Reproduktion unseres gemeinsamen Daseins auf dieser Erde.>>



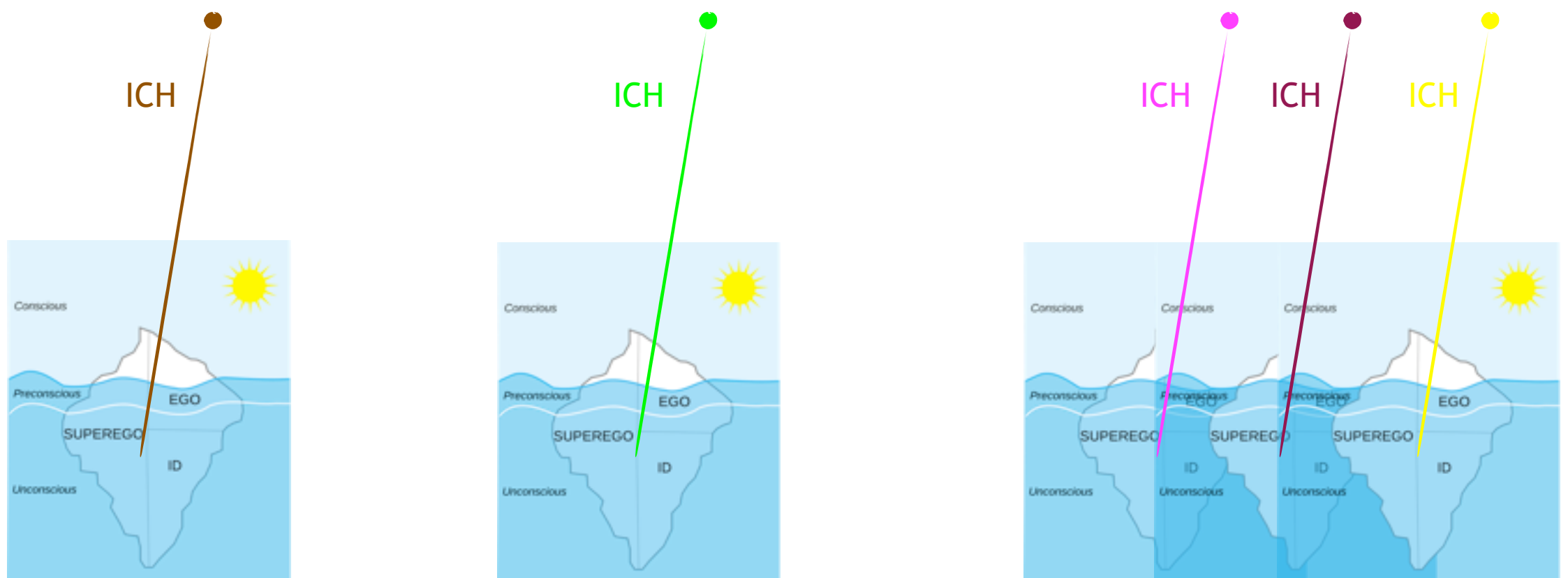
Um den Begriff und das Konzept von Ko-Kreativität angemessen denken zu können, bedarf es einer Theorie, die Kreativität als eine Funktion der Kreatur begreift, die einen Zusammenhang herstellt, zwischen der Entwicklungsgeschichte unserer leiblichen, darin sinnlichen Existenz und unseres Vorstellungsvermögens. Ich komme damit zum zweiten Teil, der da heißt: Arbeit am Eisberg.>>

Arbeiten am Eisberg



Die Metapher vom Eisberg stammt von Sigmund Freud. Er wollte damit zeigen, dass die Spitzen unseres Bewusstseins - jener Teil des Eisbergs, der über die Wasserlinie ragt - von einem sehr viel größeren Teil vor- und unbewusster mentaler Ereignisse getragen wird. Kreativ sein heißt, aus den un- und vorbewussten Bereichen des Bewusstseins mentale Ereignisse ans Licht zu ziehen. Dieser Vorgang wird dadurch unterstützt, dass die Hände benutzt werden, um Formen, die werden sollen, zu stabilisieren. Wir nutzen Zeichenflächen oder Modellbaumaterialien, um an ihnen jene Konturen zu stabilisieren, die in uns aufsteigen. Wie Sie bemerken glaube ich nicht daran, dass kreative Leistungen ausschließlich auf dem Schirm unseres Bewusstseins stattfinden. Was wäre daran kreativ, wenn alle Elemente dessen, was da werden soll, schon da sind. Das ist reine Kombinatorik. Das läuft heute schon mit Maschinen, die zu Zufallsoperationen fähig sind und genetische Algorithmen berechnen können, viel schneller als Menschen es je vermögen werden. Das ist unseren Hasenschweiss nicht wert. Das Hervorholen und Bewusstwerden von Lösungen in Menschenköpfen ist allerdings immer ein individueller Vorgang.>>

Form?



Das Entwerfen zieht immer aus den un- und vorbewussten Teilen des Individuums etwas ans Licht des Bewusstseins. Da dieser Prozeß zwangsläufig individuell-biografische Erfahrungen aufruft und verarbeitet, ist ein Miteinander von Individuen nur als Einspruch gegen das bereits formal Herausgestellte möglich. Jeder, jede von uns kann nur ans Bewusstsein ziehen, was in ihm sein eigen ist. Und wenn das Individuum seine Erfahrungen ans Licht holt, schließt der Prozess dieser Formwerdung alle andere Erfahrung aus. Alle Entwurfstechniken, vom Handzeichnen über das skulpturale Formbilden bis hin zum Interaktionismus mit digital generierten Systemen geben das inwendig hervorgezogene Neue immer und zuerst allein dem Individuum preis. Wüssten die anderen bereits, was das Neue ist, das da kriert wird, dann wäre es nicht neu, sondern bloß die Wiederholung des schon bekannten. Ich nenne dieses Merkmal kreativer Prozesse den individuellen Rigorismus an der Form. Da, wo Form schon ist, kann der andere nur eine Alternative dazu entwickeln. Können diese je individuell besonders hervorgebrachten Formen mit gleichem Recht zueinander kommen? >>

- Moderne Medien sind Fokussiermaschinen, verbrauchen die Aufmerksamkeit und erzeugen Absence



Die europäische Kultur ist der Überwindung und Aufhebung individueller Genialität nicht eben günstig. Die Verrechtlichung des Privateigentums und die mit ihm einhergehende Konkurrenz haben das individuell Besondere zur entscheidenden Währung am Markt gemacht. Und die mit der Kapitalisierung einhergehende Entwicklung der Medientechnologien haben die Aufmerksamkeit, die Informationsverarbeitung erfordert, austrainiert und zu einem seltenen Gut gemacht. Das Aufbringen von Aufmerksamkeit erzeugt auf seiner Rückseite die Absence. Wer fokussiert, blendet aus. Als erstes alle anderen.

Bücher, Bilder, Musik, Spiele geben ihre Informationen nur in quasi autistischen Situationen preis. Halte ich ein Buch in den Händen, dann ist damit ein Stück Raum aus der Gegenwart herausgeschnitten und in eine virtuelle Realität verwandelt. Seit Sony den ersten Walkman erfolgreich vermarkten konnte, ist der Autismus, der mit dem Aufsetzen und Einstöpseln von Kopfhörern anhebt, sprichwörtlich geworden. Die Kinder der Walkman-Stöpsler wurden dann nach der Spielkonsole Nintendo benannt. Und die Spiele, die heute wohl am meisten an den Konsolen gespielt werden - zum Frustabbau, wie es oft heißt - firmieren unter: "Ego-Shooter".>>



Umberto Boccioni

http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Litteratur/Litter%C3%A6r_terminologi/avantgarde

Immer wieder haben Künstler versucht, gegen diese Vereinzelung, auch gegen die, die sie an sich selbst erfahren, anzugehen.

Ich möchte Ihnen hier zwei, drei Beispiele zeigen, welche Grenzsituationen Künstler bei dem Versuch erreichten, die in uns alle eingesenkte ästhetische Egozentrik an der Form aufzuheben.

Bemerkenswerter Weise funktionierte die Gemeinsamkeit immer ganz hervorragend in allen Formen des Festes und des Feierns. Aber das war schon immer so.

Man kann die europäische Kultur auch im christlichen Bild der Abendmahlsgesellschaft fassen. Im Abendmahl wird das individuell Produzierte in die Gemeinsamkeit zurückgeholt, indem man es aufbraucht. Selbstverständlich kann man das Erlebnis des Abendmahls noch orgiastisch steigern, indem man die Sittsamkeit aufsprengt. >>



Die Entbindung von konformistischen Zügeln steigert das Gefühl der Gemeinsamkeit noch mit den Zutaten der Befreiung und Lösung. Und die Gemeinsamkeit im Genuß tröstet tatsächlich gut über alle Differenz in der Erzeugung der Reichtümer hinweg. Im Abendmahl aber verbrauchen wir nur Form und Ordnung und erzeugen sie nicht. Was ist mit der Produktion? Gelingt es auch im kreativen Prozess Gemeinsamkeit herzustellen? >>

Entwurf (disegno)

Handwerk

Ausführung

Meister

Frau des Meisters

Geselle

Geselle

Geselle

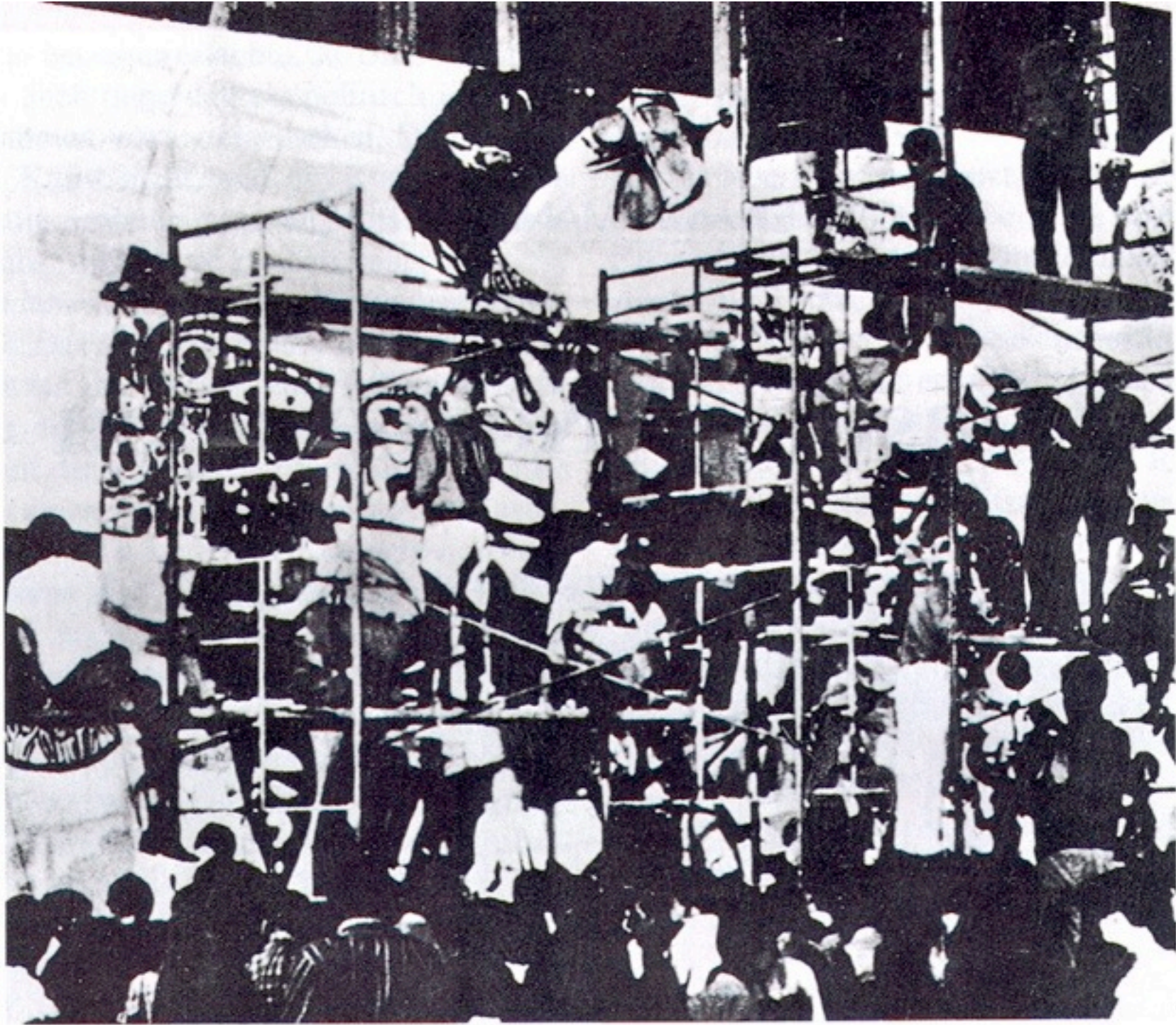
Lehrling

Lehrjunge

Man kann darauf antworten mit einem selbstverständlichen JA und auf die jahrtausendealte Tradition des Handwerks, auch in der künstlerischen Tradition zeigen. Hier haben schon seit Menschengedenken Individuen gestaltend zusammengearbeitet. Man kann auf die Frage, ob Gemeinsamkeit in der ästhetischen Produktion möglich ist, aber auch mit einem NEIN antworten, und darauf verweisen, dass auch im Handwerk und gerade in seiner künstlerischen Tradition immer der eine, individuelle Entwurf die Arbeit aller anderen dominierte, dass es eine Trennung gab zwischen dem Entwurf eines einzelnen und der Ausführung dieses Entwurfs durch die vielen. Ko-Kreativität erscheint hier bestenfalls als Kommentar und Variation des einen allen anderen vorgesetzten Planes. Gleiches Recht an der Form entsteht nicht allein deshalb, weil verschiedene Individuen während der Arbeit beisammen sind.

Wie also gingen Künstler mit diesem naturwüchsigen Egoismus an der Form um?

Die Geschichte von künstlerischen Gemeinschaften, die auf eine Gleichberechtigung im Produzieren zielten und die zumeist auch Lebensgemeinschaften waren, ist lang, und meine Auswahl daraus sehr knapp und willkürlich. Dennoch beanspruche ich mit dieser Auswahl etwas Lehrreiches zu treffen.>>



1957 fanden sich Literaten, Filmemacher, Künstler und Soziologen in der "Situationistischen Internationale" zusammen, "in der Absicht, das gesamte gesellschaftliche Leben umzuformen"(Marie Luise Syring: "Das große WIR oder Das Jahrzehnt der Kollektive am Beispiel Frankreichs", in: KUNSTFORUM INTERNATIONAL, Bd. 116 November/Dezember 1991 S. 148ff., hier S. 151) Die Situationistische Internationale verstand sich als eine Art Gemeinschaft, in der der Einzelne im Dienste einer Sache oder eines Themas aufging ohne jedoch seine Individualität zu verlieren. "Als Idealbeispiel für ein kollektives Gemälde unbestritten individuellen Gepräges könnte man ein Wandgemälde in Hommage an die kubanische Revolution gelten lassen, das 1967 in Havanna entstanden ist. ... Eine riesige Wand wurde im Freien aufgestellt, davor ein Gerüst, darauf als Grundstruktur eine Spirale, die man in neunzig gleich grosse Felder eingestellt hatte. In jedem dieser Felder ging ein anderer Künstler ans Werk... >>



Alle unterlagen sie der fröhlichen, ja übermütigen Stimmung, zu der tanzende Girls und ständig die Arbeit begleitende Musikgruppen beitrugen; jeder wurde zum Maler-Darsteller, der sozusagen in aller Öffentlichkeit sein Bestes gab; die Medien waren zur Stelle. Immer waren gleichzeitig vier oder fünf Künstler auf dem Gerüst: Der Arbeitsvorgang selbst wurde zu einem kollektiven, exaltierten Fest, in dem jedes Ich gerne zugunsten des großen WIR aufgegeben wurde."(Marie Luise Syring, S. 152)

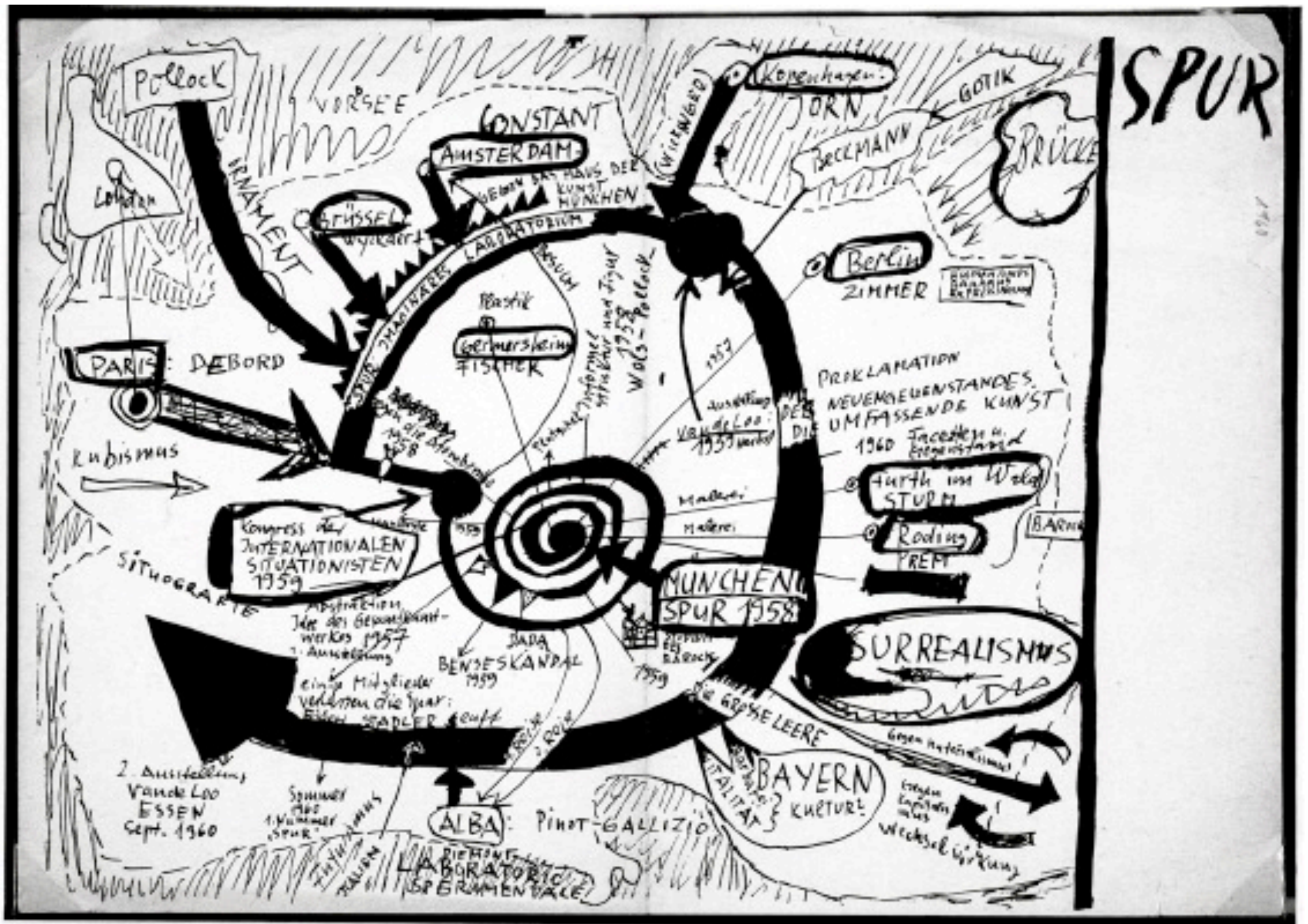


Im Ergebnis entstand ein Bild, das zusammengehalten ist durch die Grobform der Spirale: es ist eine additive Reihung von Einzelbildern, wenngleich einem gemeinsamen Thema verpflichtet.>>



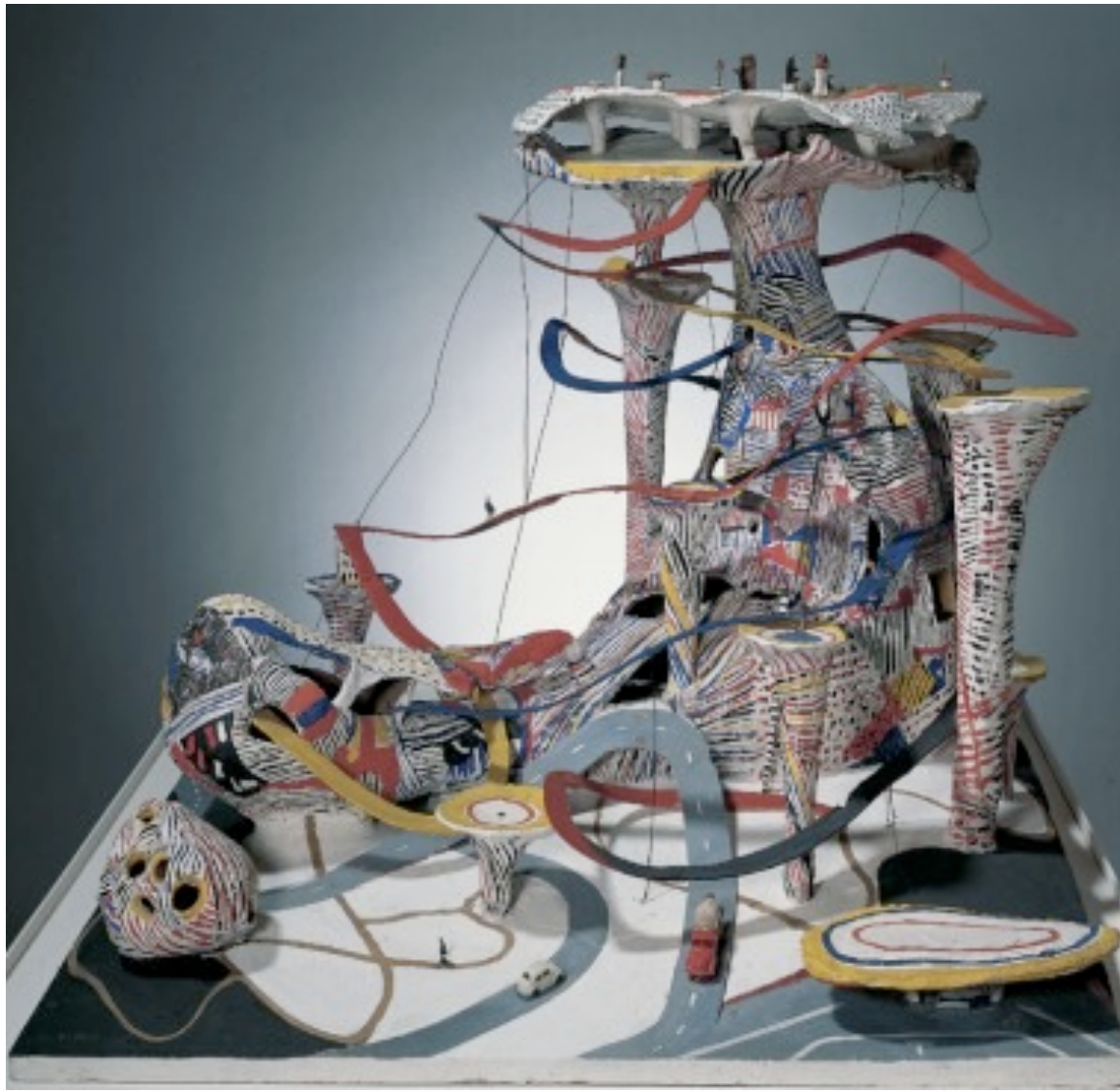
http://www.denstordanske.dk/Kunst_og_kultur/Litteratur/Litter%C3%A6r_terminologi/avantgarde

Im selben Jahr '57, in dem die Situationistische Internationale gegründet wurde, fanden sich in München Maler (keine Malerinnen) zusammen zur Gruppe "SPUR". SPUR stand in Verbindung zu ehemaligen Cobra-Mitgliedern, vor allem zu Ansgar Jorn. Sie traten der >Situationistischen Internationale< bei. Hier die Gruppe SPUR gemeinsam mit der Gruppe WIR.>>



Flugblatt von HP Zimmer_Gruppe SPUR, 1960 Tusche und Bleistift auf Papier

Die >Spur< war auf kollektive Produktion ausgerichtet. Ich zeige hier nach einem Blatt von Hans Peter Zimmer die europäische Einbettung. Die Gruppe gab ab 1960 auch eine Zeitschrift heraus, in der es heisst: "Es gibt nur eine Alternative: die Malerei als individuelle Kunst aufgeben, um sie in einem neuen Rahmen 'situationistisch' zu verwenden. Dadurch wird eine grundlegend neue Situation geschaffen. Diese wird man daran erkennen, dass sich jedes Individuum schöpferisch und frei entfalten kann und dass es wieder notwendig gebraucht wird. Durch das Ende des absoluten Individualismus wird das Individuum in unserer neuen gemeinsamen Schöpfung Gestalt finden... Die schaffenden Individuen sollen sich ... selber eine eigene Welt schaffen. ... Wir bilden selbst eine Gemeinschaft und werden alle Bereiche des bestehenden und zukünftigen Lebens innerhalb unserer Gemeinschaft für unsere Ziele verwenden." >>



1963 entstand denn auch ein räumlich situiertes Werk, der "Spurbau", für die Pariser Biennale, wenn die Gemeinsamkeit im Schaffen sich auch nur auf die zwei Personen Fischer und Zimmer beschränkte. Eine "phantastische Architektur als bemalte Skulptur oder die Erweiterung der Skulptur als bemalte Architektur.", wie Florian Rötzer es einmal beschrieb. (Florian Rötzer in KUNSTFORUM) ..."

Zwei Jahre später entstand eine Reihe von Gouachen, die von allen gemeinsam gemalt wurden. Vera Zimmer, die, als Frau, die Malsitzung der Männer protokollierte, meinte, dass diese Aktion für Helmut Sturm eher ein "Spiel gegen das Konkurrenzprinzip [und] für Zusammenarbeit" gewesen sei, wohingegen [Hans-Peter] Zimmer es für ein "Ringelpietz mit Anfassen" hielt. Bei diesem gemeinsamen Produzieren wurde nach Regeln verfahren. So ließ man beispielsweise die Blätter kreisen, und jeder durfte nur mit einer Farbe malen.

"3. Regel: Wenn das Blatt zu seinem Initiator zurückgekommen ist, entscheidet er allein, ob das Blatt nochmals die Runde machen soll oder ausscheiden kann. Er darf es signieren und verkaufen.

4. Regel:

Das Spiel endet, wenn die ca. 80 Blätter genügend mit Farbe bedeckt sind und jeder Teilnehmer einige Blätter in seinem Sinne fertig gemacht hat. Es sollen möglichst keine zu komplizierten Prozesse in Gang gesetzt werden." (ebd. S. 191) - In diesen Regeln tauchen indirekt einige der Schwierigkeiten auf, die mit gemeinschaftlicher Kunstproduktion verbunden sind - die Weigerung, Arbeiten, die man für gelungen und fertig hält, weiterzugeben, das Übermalen gelungener Blätter, das Horten der eigenen Arbeiten einschließlich der doch sehr individualistisch gedachten Praxis des Signierens. Noch bevor die Gruppe SPUR wenige Zeit später mit der Gruppe >Wir< zu >Geflecht< fusionierte, hatte sich das vollmundig proklamierte Überwinden der Malerei als individueller Kunst bereits abgearbeitet an den gewohnten Habitusformen ästhetischer Produktion.>>



Modellstudien zur Domino-Theorie 1991

http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Litteratur/Litter%C3%A6r_terminologi/avantgarde

Fünfundzwanzig Jahre darauf entwickelt die Gruppe "Warum Vögel fliegen", das, wie es charmant heißt, "enfant terrible" der Oberfälzer Kunstszene, die sogenannte "Dominotheorie" - Wie bei dem Lege-Spiel, das Zahlengleichheit verlangt, reiht die "Domino-Malerei der Gruppe Bild an Bild, einzig dem Gesetz des gleichen [farblichen] Grundtones für die Verbindung unterworfen. Jedes Gruppenmitglied gestaltet eigene "Steine" (im Format 40 x 80), die dann mit den anderen zusammengehängt werden. Die Bildthemen sind so verschieden wie die drei Künstlerpersönlichkeiten - individuelle Einzelteile bilden ein unreines System, das der Logik der unendlichen fraktalen Wucherungen in der Chaostheorie gleicht."(KFI 292) Als Zeugen dieses ideologisch geprägten Konzepts wird noch der französische Philosoph Francois Lyotard aufgerufen, der 1968 mit einem kleinen Aufsatzbändchen bekannt wurde unter dem Titel "Das Patchwork der Minderheiten" - eine Auseinandersetzung über die gegenseitige Akzeptanz verschiedener Kulturen, aufgezogen am Beispiel der Homosexuellen in Frankreich.

Lehrreich an diesen drei Beispielen ist ihr additiver Charakter. Was den erwünschten Zusammenhalt herstellt, sind Regeln, formale Vorgaben und die Präsentation des Ergebnisses in einem Raum. Eine wirkliche Synthese, ein Ineinander oder ein Verschmelzen der verschiedenen Individuen in EINER GESTALT ist nicht gelungen oder wird nicht vorgeführt und ich bin das Gefühl nicht losgeworden, dass sie von den Künstlern auch nicht wirklich angestrebt wurde.

Ist womöglich meine auf das Design zentrierte Perspektive an dieser wenig zufriedenen Bilanz schuld?>>>

jazz



King Oliver's Creole Jazz Band, 1921

Für Olaf-Axel Burow, Professor für Allgemeine Pädagogik an der Universität Kassel, ist es die Jazzband, die den idealen Zusammenhang eines gemeinsamen kreativen Feldes verkörpert: "In einer "guten" Jazzband kommen sehr unterschiedliche Persönlichkeiten zusammen, die Experten auf ihrem Instrument sind. Ohne Dirigent improvisieren sie über ein gemeinsam gewähltes Thema und kreieren, wenn sie erfolgreich sind, etwas Neues. Natürlich müssen sie ihr Instrument beherrschen, aber es ist nicht notwendig, dass die einzelnen Musiker überragende Virtuosen sind. Viel wichtiger ist es, dass sie in der Lage sind, auf die anderen zu hören, mit ihnen einen Dialog aufzunehmen, mitzuschwingen, Themen aufzugreifen, zu variieren, sich zur richtigen Zeit zu exponieren und wieder zurückzunehmen."(60) "Wenn der kreative Prozess gelingt, entsteht etwas, das man in der Musik als "Groove" oder "Swing" bezeichnet. Es entsteht eine unerklärliche Schwingung; die Individuen sind in ihrer Kreation auf eine so unerhörte Weise vereint, dass die Jazz-Band mit ihrem Stück von den Zuhörer als einheitliche "Gestalt" wahrgenommen wird und sich diese kreative Vereinigung sogar auf das Publikum überträgt."("Ich bin gut - Wir sind besser" (ISBN 3-608-904006-5), S. 61)

So schön diese Schilderung und so groß die Sehnsucht, das auch im Design zu erreichen - es gibt Unterschiede: Design läuft eben, wie die bildende Kunst, auf eine dauerhafte Form hinaus, eine Form, die erst durch den Nutzer in Bewegung gesetzt wird. Design, wie bildende Kunst, basiert auf Speicherung, nicht auf aktueller Aufführung. Dennoch: der Verweis auf das Miteinander im Agieren führt auf ein zentrales Moment ko-kreativer Schaffens - auf die Gemeinsamkeit im Raum und auf die Möglichkeit, dass - ganz frei von vorgesetzter Choreografie - die hervorbringende Aktion des einen, die Hervorbringungen der anderen anregt und umgekehrt.

Das wirklich Faszinierende an dieser Gegenseitigkeit aber ist, dass wir Menschen sie gar nicht nur bewusst wollen müssen, damit sie eintritt. Diese Resonanz und Gemeinsamkeit im kreativen Prozess entsteht spontan.

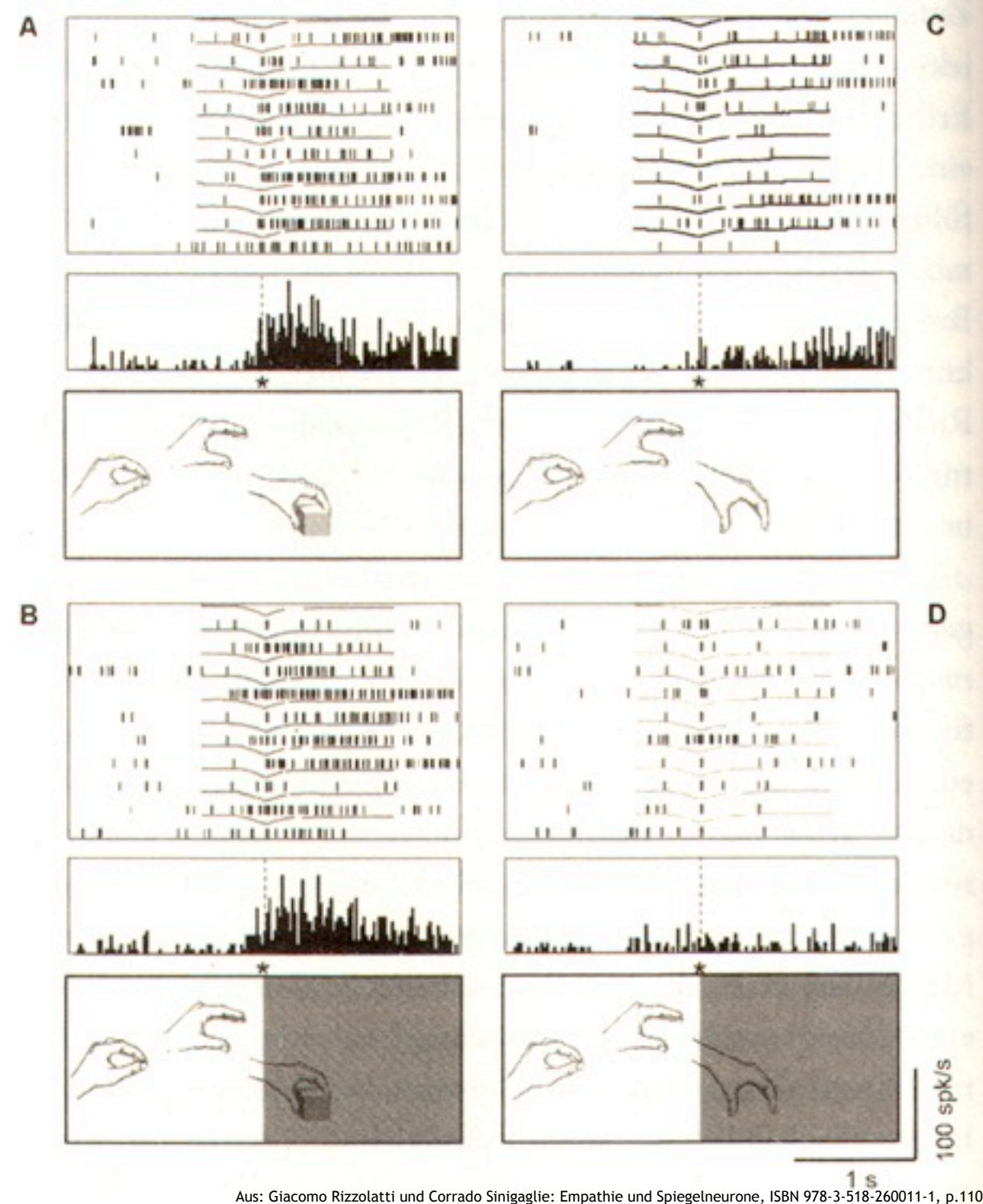
Ich möchte Ihnen nun zeigen, dass nicht Egoismus unser genetisches Schicksal ist, wie in vulgärer Verlängerung des Darwinismus bis heute prominent und mehrheitlich behauptet, sondern die Kooperation. Dazu jedoch muss ich meine bisher auf Kultur, Pragmatik und Erfahrung gestützten Gedankengängen verlassen. Ich wende mich für einen kurzen Moment direkt dem Körper zu, der Hardware, auf der die Software unseres bewussten Verhaltens läuft..>>



Menschen, und nicht nur wir, verfügen über einen bestimmten Typ von Neuronen, die uns dazu bringen, spontan auf das Verhalten anderer motorisch und visuell zu reagieren. Von dieser gegenseitigen Spiegelung des Verhaltens hat denn dieser Typ von Neuronen auch seinen Namen. Der italienische Neurophysiologe Rizzolatti, der diese Neuronen mit den besonderen Eigenschaften entdeckte, hat bei der Untersuchung dieser Neuronen (und bei der Popularisierung der Ergebnisse seiner Experimente) vor allem ihre Funktion für das Lernen betont: durch Spiegelneurone sind wir konstitutionell in der Lage, nachahmend zu lernen. Beim Anschauen der Interaktion von Mensch und Äffchen auf den Bildern hier ist es wichtig zu verstehen, dass das kleine Äffchen nicht etwa ein inneres Bild erzeugt, um dann irgendwie die Zunge genauso herauszustrecken, wie es ihm vorgemacht wird. Die Muskeln seiner Zunge lösen sich spontan beim Anblick der Zunge des andern. Das funktioniert, weil diese Spiegelneurone doppelt codiert sind: Spiegelneurone feuern, egal, ob wir eine Bewegung selbst ausführen oder ob wir sie nur sehen. Spiegelneurone werden beim Ausführen einer bestimmten Bewegung genauso erregt, wie beim bloßen Anschauen derselben Bewegung bei einem anderen.

Wir - und viele andere Tiere - sind dadurch in der Lage in uns - quasi bewusstlos - ein Verhaltensmuster zu erzeugen allein durch das Zusehen beim Verhalten anderer.>>

(Nur wenn Zeit, dann noch Geschichte:) Ich werde nie eine Dokumentation der BBC vergessen, in der vor einem TV-Bildschirm ein Goldfischglas mit einem einzelnen Fisch positioniert war...



Aus: Giacomo Rizzolatti und Corrado Sinigaglia: Empathie und Spiegelneurone, ISBN 978-3-518-26001-1, p.110

Zitat: "Eine nicht unwesentliche Rolle bei der Funktion der Spiegelneuronen spielen Vorerfahrungen. Wer erfahren musste, dass freundliche Menschen unerwartet unangenehme Seiten zeigen, dessen Spiegelneuronen werden anders auf freundliche Menschen reagieren als Personen, die keine schlechten Erfahrungen gemacht haben. Wird die Fähigkeit zu spiegeln unterdrückt oder nicht genutzt, geht sie verloren. "Use it or lose it" (nutze sie oder verliere sie) heißt die Devise der Forscher, die auf alle Nervenzellsysteme zutrifft, die Spiegelneuronen nicht ausgenommen."

Hebt unser Gegenüber die Hand und ist eine Tasse im Sichtbereich, dann ersehen wir bereits an der Stellung der Finger am Beginn der Handlung, ob unser Gegenüber aus der Tasse trinken oder sie nur wegstellen will. Spiegelneurone helfen uns nicht nur, Bewegungen nachzuvollziehen. Sie helfen uns auch, Bewegungen, deren Beginn wir sehen, auf eine mögliche Zukunft hin zu verlängern und zu verstehen. Wir bringen dabei Vorerfahrungen eigener motorischer Vollzüge ins Spiel, so dass das, was wir sehen, mit eigenen Erfahrungen ergänzt und auf ein mögliches Ziel hin verlängert wird. Kurz: Wir holen aus dem Repertoire unserer Erfahrungen jene Handlungsmodule hervor, die zu dem Handlungsmodul passen, das von einem anderen gerade vor unseren Augen ausgeführt wird. Dadurch kombinieren, ja komponieren wir kinetische Ketten, die einer Melodie gleichen. (vgl. Luria) Wir setzen die von anderen begonnene Bewegung in unserem eigenen Inneren fort. Und zwar nicht auf der "oberen" Bewusstseinsplattform einer inneren Anschauung oder Vorstellung, sondern tief im un- und vorbewussten Bereich.

Selbstverständlich können wir das, was so spontan und vorbewusst in uns beginnt und anhebt zum Gegenstand unserer Aufmerksamkeit und unseres Bewusstseins machen. Das ist es, was wir in einer kollektiven Situation de Entwerfens denn auch tatsächlich tun. Dieser Zug von den unbewussten Ebenen unserer Eigenen Erfahrungen hinauf in die bewusste Anschauung ist es, der für das Entwerfen im Design eine wichtige rekursive Asche bildet.

Denn nun kommt das Entscheidende. Derselbe neuronale Mechanismus, der die Spiegelung von Bewegung durch Anschauung erzeugt, erzeugt in der Spiegelung zugleich und zwangsläufig auch die individuelle Abweichung vom Vorbild. Wenn wir einander beobachten, dann gehen wir nicht nur "empathisch" mit der Bewegung des anderen mit, wie eine tumb mechanische Kopplung. Wir sind nicht verkoppelt mit anderen. Noch immer müssen wir alles, was in uns ist, selbst erzeugen. Und so erzeugen wir, allein im bewusstseinsfreien Sehen, im Mitvollzug dessen, was andere vor unseren Augen tun, eben nicht dasselbe, sondern nur das Ähnliche, eine Differenz. Die Differenz ist - aller "Spiegelung" zum Trotz - eine zwangsläufige Abweichung vom Vorbild, eben weil in ihrem bewusstlosen Nachvollzug allein die nur uns gegebenen visuo-motorischen Erfahrungen ist Spiel gebracht werden können.

Entwerfen von etwas Neuem und Besonderem heisst, sich dieser Abweichungen bewusst zu werden. Und dieses Bewusstwerden bringt denn die individuell besondere Form hervor. Aber hier, wo es um Objekte und Handlungen geht, nicht zweckfrei, wie in der Kunst, sondern zentriert an eben diesem Objekt und seinem Gebrauch, zentriert und beides überwindend.>>

Gemeinsame ästhetische Produktion setzt voraus

Einen
gemeinsam
erlebten
Raum

Ein Objekt, mit
dessen Zielen die
Akteure
übereinstimmen

Ich halte fest: Um gemeinsam ästhetisch zu produzieren, müssen wir nicht nur körperlich in einem Raum sein, sondern auch ein Objekt vor uns haben, in dessen Zielsetzung wir übereinstimmen. Weil das Erzeugen von Neuem, von Differenz im Gebrauch Objekte erfordert, an denen die Akteure sich auf vor- und unbewussten Ebenen einstimmen können, hat das schnelle und ungefähre Prototyping einen so herausragenden Wert für ko-kreative Prozesse. Und noch etwas ist bemerkenswert. Für Spiegelneurone gilt, wie für viele andere Neuronentypen: Use it or lose it. Unsere Körper treten nicht als abstrakte Genotypen in Interaktion. Sie werden durch kulturelle Praktiken geformt. Frauen haben - statistisch gesehen - stärker entwickelte Spiegelneuronenfelder als Männer. Und das ist KEIN genetisches Schicksal, sondern ein Ergebnis unserer kulturellen Matrix.>>

Form?

Individuell?

Kollektiv?

Kunst

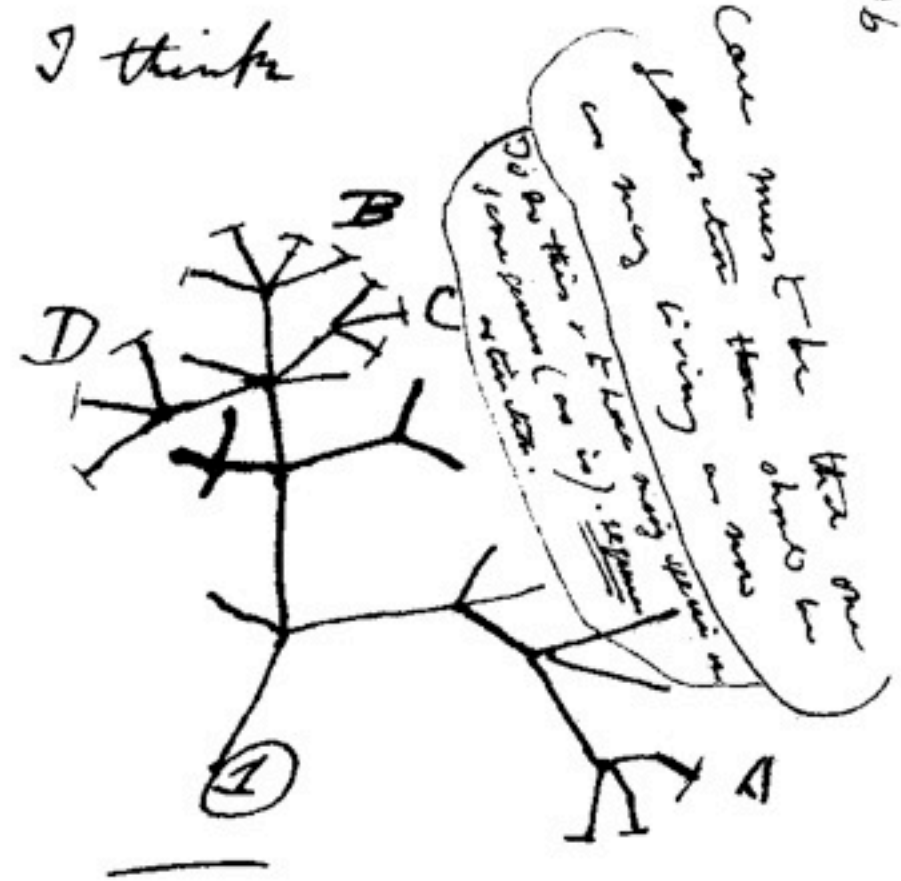
?

Design

Nun entsteht aber doch eine kleine Verwirrung. Alle Beispiele aus dem erfahrungsbasierten Feld der Kunst zeigten, dass Gemeinsamkeit in der ruhenden Form bestenfalls additiv möglich ist, als systemisches Aneinander von je individuell gestalteten Elementen. Aus dem kleinen Exkurs zur Funktion der Spiegelneurone aber ergibt sich, dass, eine transitive Form im Raum vorausgesetzt, durchaus ein kollektiver Prozess bildend an ihr wirksam werden kann. Ich will versuchen, diesen Widerspruch, ja Gegensatz zu erklären.

Tatsächlich lassen sich die kreativen Prozesse, die der Kunst, die individuell aufs Ganze geht und die des Designs, das einen Zweck voraussetzt, gegeneinander unterscheiden.>>

I think

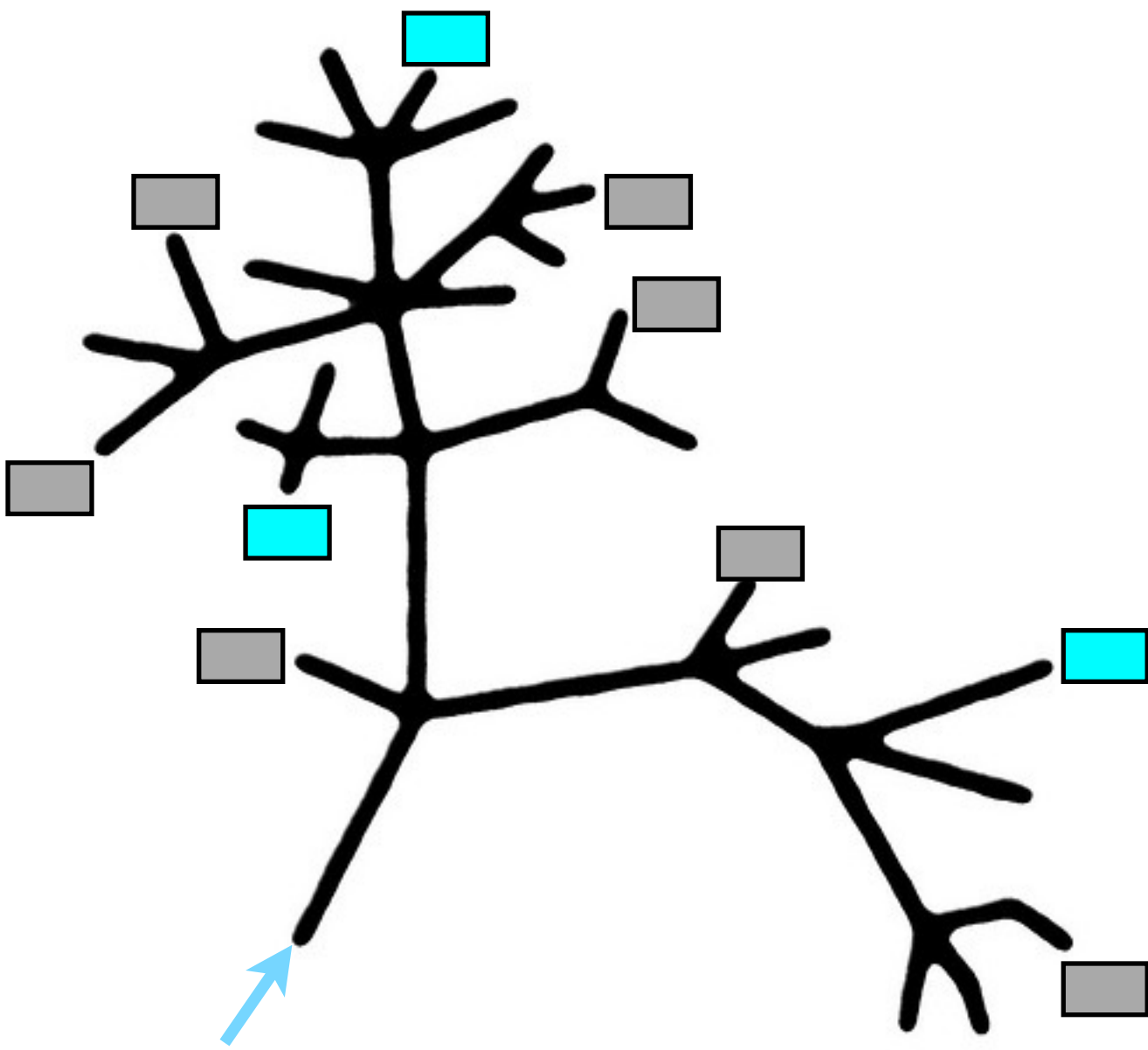


There between A & B. various
 sort of relation. C + B. The
 first gradation, B & D
 rather greater distinction
 than genus would be
 formed. - binary relation

Damit Sie mir bei meinen Erklärungen zur Differenz von Kunst und Design besser folgen können, verwende ich dazu die berühmte Skizze von Charles Darwin, in der er seine ersten Ahnungen zur Struktur des Evolutionsprozesses zu Papier brachte und folge damit einer inzwischen weit verbreiteten Praxis, kreative Prozesse in Analogie zu Evolutionsprozessen zu verstehen und darzustellen. >>

Kunst

- Eine auf die Gesellschaft bezogene individuelle Setzung



Einer meiner alten Lehrer würde hier sagen: Kunst, das ist eine auf die Gesellschaft bezogene individuelle Setzung: Kommuniziert wird die individuell besondere Weise, etwas ganz zu sehen, zu fühlen und der Sinn der Freisetzung dieser Weltsichten besteht darin, Resonanz zu finden, andere an der Kunst zu je eigenen Erlebnissen oder Einsichten zu veranlassen.>>

Design



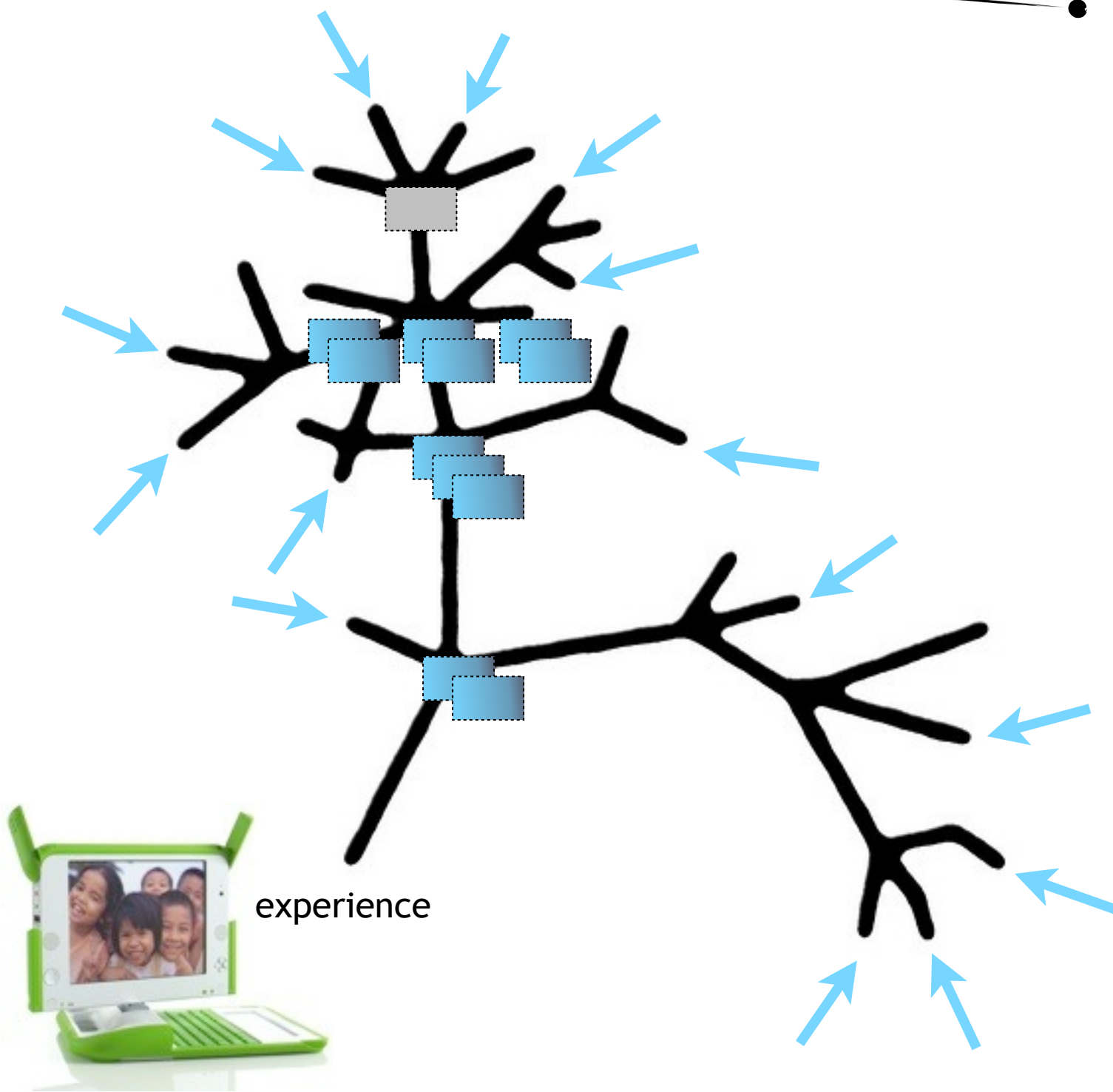
Eine auf das Individuum bezogene
gesellschaftliche Setzung

Im Gegenzug zum Kunstschaffen würde derselbe alte Lehrer den Designprozess definieren als eine auf das Individuum zielende, gesellschaftliche Setzung.

Das will erklärt werden.>>

Design

Eine auf das Individuum bezogene gesellschaftliche Setzung

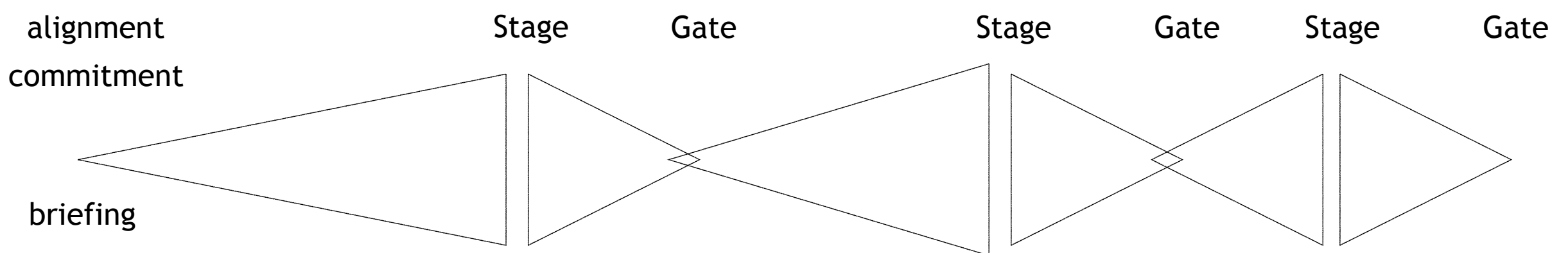
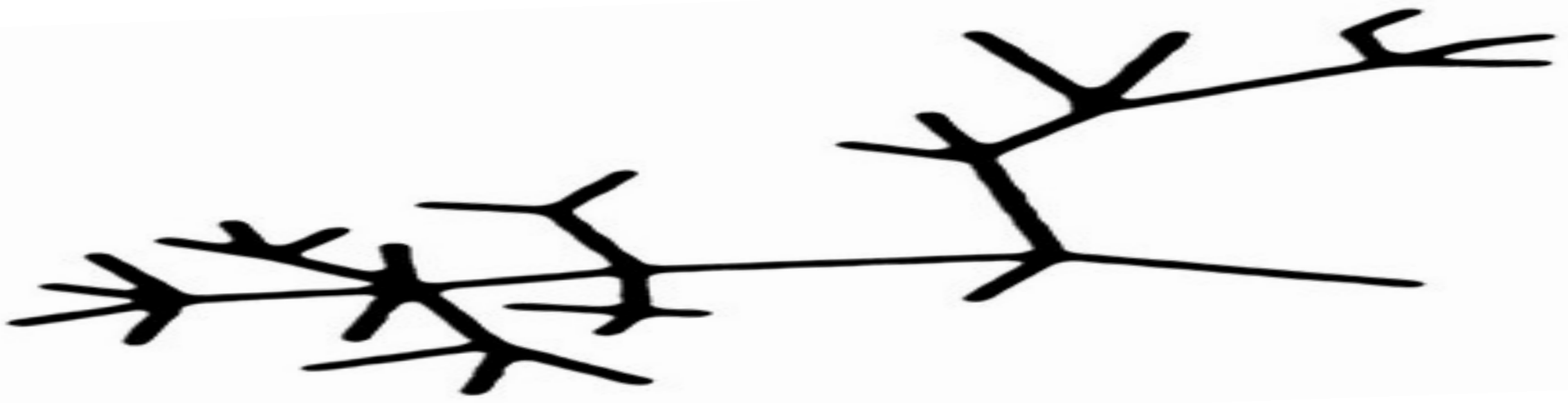


Design, so die Idee dieser Unterscheidung von Kunst und Design, entspringe einer weit entwickelteren Form der Arbeitsteilung und es verfolge ein zuvor bestimmtes und fest gesetztes Ziel. Viele Akteure aus ganz unterschiedlichen Bereichen tragen ihre Kompetenzen zu, damit ein Designobjekt am Ende gelingt. Und gelingen heißt im Design nicht, dass ein Objekt irgendwie modelliert worden ist, sondern, dass es als Prototyp im Gebrauch ist.

[NB: Wer etwas tiefer nachdenkt, wird erkennen, dass diese beiden Modelle für Kunst und Design keine absoluten Gegensätze darstellen. Der kollektive Designprozess kann auch als ein Modell der Integration verschieden gelagerter individueller Kurationsprozesse - wie sie im Modell zur Kunst hier beschrieben wurden - begriffen werden.]

Auch im Design werden Varianten erzeugt. Aber diese Varianten werden nicht individuell verworfen, sondern in Evaluationsrunden. Und in diesen Evaluationsrunden kommen die verschiedenen Akteurskompetenzen zur Entscheidung.>>

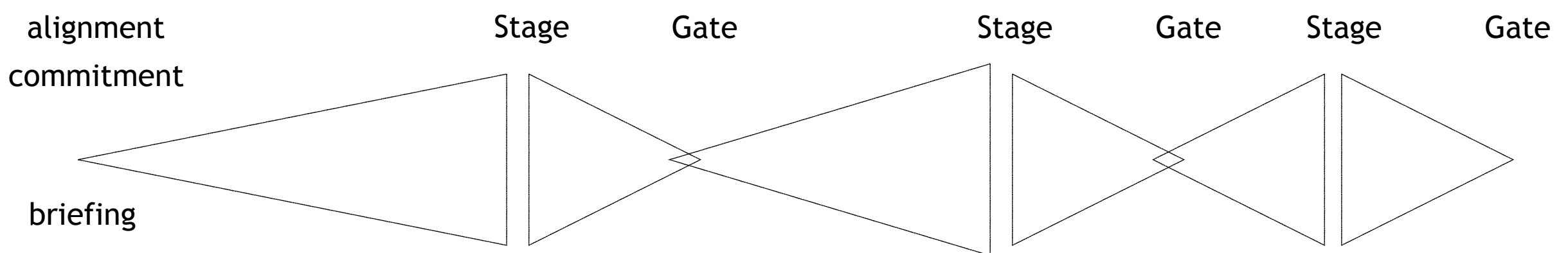
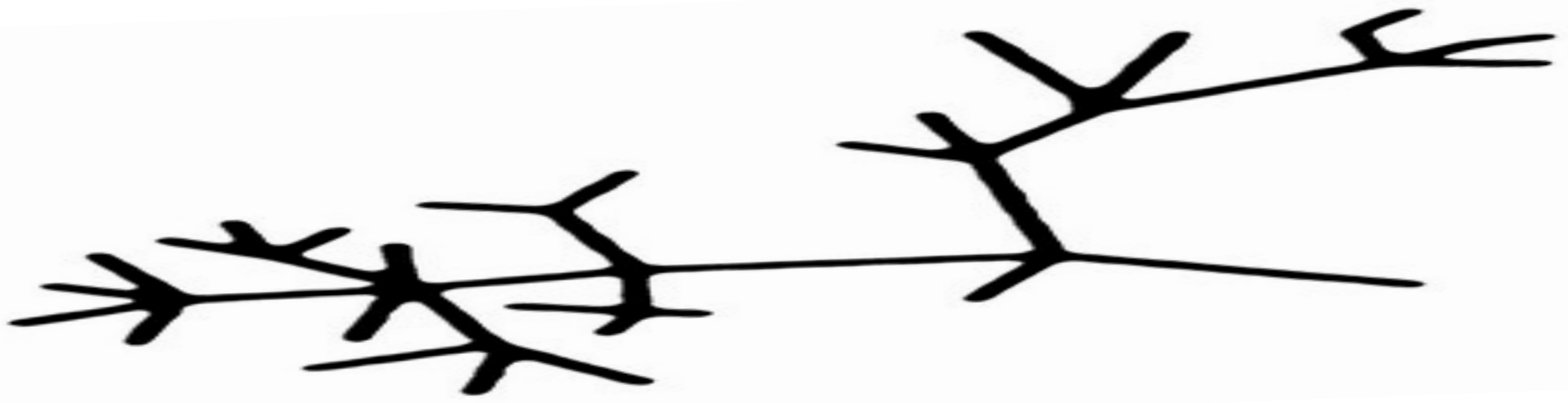
Evaluation



Dieses wiederholte Evaluieren von zuvor breit generierten Varianten ist wie ein Atmen. Immer wieder laufen die Varianten, die erzeugt worden ist, durch ein enges Tor und werden - in BEug auf das Ziel - prägnanter.

Das Entscheidende an diesen Evaluationen aber ist: Bei jeder Evaluation bringen alle Akteure ÄSTHETISCHE Kriterien ins Spiel. Designer können hier starrsinnig ihren Alleinvertretungsanspruch in ästhetischen Fragen behaupten (und viele tun das auch) - allein: es gelingt ihnen nicht, sich durchzusetzen. Ist die Evaluation hierarchisch organisiert, was sie zumeist ist, dann hat der Auftraggeber das letzte Wort. Ist der Prozess etwas demokratischer oder hetero-hierarchisch gefasst, bekommt jeder Recht - in Anerkennung seiner je spezifischen Kompetenzperspektive, die er auf das Gesamtprojekt hat. Es gibt eine Ästhetik der Ingenieursleistungen, eine Ästhetik der Arbeit und es gibt eine Ästhetik der Nutzung, die oft sehr anders ausfallen kann, als Designer es sich je haben erträumen oder befürchten lassen. Obwohl wir wissen oder zumindest ahnen, dass jeder Vorgang menschlichen Verhaltens eine ästhetische Dimension hat, sind nur die wenigsten bereit und in der Lage, das Ästhetische als ein Integral menschlichen Verhaltens anzuerkennen und nicht bloß als ein besonderes Vermögen, das exklusiv neben anderen, zum Beispiel technischen oder sonst wie "praktischen" steht. Oftmals wird diese ästhetische Dimension der verschiedenen Akteursfelder im Begriff der Emotionalität oder auch der emotionalen Intelligenz gefasst. Das ist nicht ganz schief. Aber in der Entscheidung über ein Objekt oder einen Prozess (von Dienstleistung oder Kommunikation) ist das Intuitive, das mit der emotionalen Seite unseres Verhaltens verknüpft ist, nicht nur auf der subjektiven Ebene des Denkens wirksam als eine Strategie der Problemlösung und Entscheidung, sondern als deklariertes Urteil über einen Sachverhalt. Und dabei, im gegenständlichen Bezug, gewinnt alle Emotionalität eine ästhetische Dimension. Das, was den Designern von den anderen Akteuren unterscheidet, ist die Perspektive der sinnlichen Konkretisierung und Moderation der Ziele. Designer entwickeln Vorstellungsbilder von den Prozessen, die alle anderen interessieren. Der ästhetische Prozess der anderen Akteure ist demgegenüber zwar auch formal (auch informell) wirksam, aber nicht Form gestaltend. - Er ist Kommentar und Urteil.>>

Evaluation



Nun werden einige sagen, dass ich mich hier nicht besonders schön herausgeredet habe. Ich präsentiere ihnen eine Blaupause der Realität, definiere Ästhetik so, dass auch der Businessmann etwas davon hat, und schon werden im Design ko-kreative Orgien gefeiert, die der Kunst versagt bleiben. Bitte seien Sie nicht ungerecht. Es braucht nämlich etwas Zeit, sich an den Gedanken zu gewöhnen, dass der andere, auch wenn er nicht zeichnen kann, über ästhetische Erfahrungen verfügt, die für die Beurteilung von Gesamtsituationen wertvoller sein können, als der eigene Geschmack. Wenn wir zu ko-kreativen Prozessen kommen wollen, dann müssen wir die Barrieren der Exklusivität des Ästhetischen auch von dieser Seite her überwinden. Das ist weit mehr, als anzuerkennen, dass andere auch gute Ideen haben können. Worum es mir geht ist: Die Ideen der anderen haben auch eine ästhetische Dimension. Es genügt einfach nicht, in Kooperationen die Arbeitsteilung exklusiv zu denken nach dem Motto: Du hast Ahnung vom Geschäft, Du hast Ahnung von der Konstruktion, da rede ich Euch nicht rein, und ich bin derjenige, der das alles aufnimmt und dann in eine Form umsetzt, zu der Ihr dann nichts mehr zu sagen habt. Es gibt ein Miteinander der ästhetischen Erfahrungen und diesem Miteinander gegenüber sollten Designer lernen, sich zu öffnen. Wer mit dem Alleinvertretungsanspruch auf ästhetische Ahnungen in ko-kreative Prozessen hineingeht, der wird nicht offen genug sein, für die feinen Schwingungen der anderen Akteure. Der wird die Erfahrungen von Vertriebsleuten missachten, die seit Jahrzehnten ein auf Messen geschultes Beurteilungsvermögen verkörpern, bloß weil die ästhetischen Maßstäbe differieren. Der wird nicht verstehen, warum der Vorstand bei der Einführung einer neuen Produktlinie zögerlich ist und dass dieses Zögern nicht nur auf den Zahlen im letzten Geschäftsbericht beruht, sondern auf einem Gespür für das Management der Konkurrenz und für viele Faktoren zur allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Es ist für ein Unternehmen nicht zwangsläufig ein Gewinn am Markt, wenn Designer allein über die Produktionsfreigabe das einzige und letzte Wort hätten. Das funktioniert in Tischlereien, in Keramikwerkstätten und in Modeateliers und überall dort, wo Gestaltung und Eigentum kongruent sind. Aber diese Alleinvertretung der Form durch die Designer wird mit dem Anwachsen der Komplexität technischer Systeme, von Produktions-, Vertriebs-, Vermarktungsprozessen immer risikoreicher.

In komplexen Handlungsfeldern stützt und steigert die ästhetische Kompetenz des einen die ästhetische Kompetenz der anderen. Wenn die Methoden ko-kreativen Arbeitens gestalterisch wirksam werden sollen, dann benötigen wir ein Verständnis von Ästhetik, dass nicht exklusiv ist, sondern auf die emotionalen Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Akteursperspektiven reflektiert.

Aber es ist dennoch eine Frage offen: Gibt es bei der praktischen, der ästhetischen Ausarbeitung von Formen keine Alternative zur Addition, wenn es darum geht jeden auch formbildend zu seinem Recht kommen zu lassen?

Meine Antwort lautet: Ich weiss es nicht.

Einerseits: Nein. Ich kenne keine Alternative zur Addition. Auch die Modelle von Open Source oder Open Software, die oft als Kopiervorlagen für ein kollaboratives Design herbeizitiert werden, beruhen alle auf dem Prinzip der Addition und taugen nur solange als Vorbild für ein "Open Design", wie die Formen systemisch, modular, mit klaren Definitionen der Interfaces angelegt sind.