

# Concern Design und »kritisches/affirmatives« Design – Vergleich ausgewählter Merkmale

Peter Friedrich Stephan, www.designingtransformation.org



kritisches Design	affirmatives Design	Merkmale	Concern Design	Beispiele
-------------------	---------------------	----------	----------------	-----------

## Warum?

Teil der Lösung	Teil des Problems	<b>Selbst-/ Fremdbild</b>	sozio-technische Zukünfte imaginieren: Aufgaben finden, behaupten, spekulieren	Reformierte Vorstellungen von Concerns wie Familie, Vertrauen, Arbeit, Bildung, Gesundheit, Sicherheit sowie von Systemen wie Mobilität, Energie, Kommunikation (...)
Apokalyptiker, Heilige Designer als Aktivisten »Design Activism« (Fuad-Luke 2009) »Material Activism« (von Busch 2022)	Integrierte, Sünder Machtausstatter Designer als Marke (Starck)	<b>Stellung der Designer</b>	Designer als Berater und Forscher: selbstbeauftragt vermittelnd zwischen gestalterischer Position, wirtschaftlicher Macht, technischer Realisierung und sozialen Folgen	»Heilige und Sünder zugleich« (Luther) »Dabeisein und Dagegensein« (Luhmann)
normativ, »im Dienst der Gesellschaft« (Dunne/Raby 2009)	opportunistisch, im Dienst der Industrie und des Kapitals	<b>Ethik</b>	ethisch/gestalterische Aspekte werden situativ bestimmt	Schnittmenge der Interessen von Kunde – Designer – Gesellschaft (Eames) »first world problems«? Ontologie?
Vernunft: Bedürfnis/Mangel Negation der Triebkräfte	Unvernunft: Befriedigung/Überfluss Ausbeutung der Triebkräfte	<b>Leitbild</b>	erweiterte Vernunft: Anerkennung von Concerns als Triebkräfte des Handelns (Intensität, Richtung, Interaktion)	»Protect me from what I want« (Holzer) Askese/Exzess, Empathie/Egomanie Laien/Experten, Individuen/Gruppen, ...

## Was?

Designer bilden den Kunden, überzeugen die Nutzer, moderieren und forschen	Designer folgen dem Kunden, manipulieren die Nutzer und setzen effizient um	<b>Aufgabe</b>	Designer gestalten Formate, die Concerns organisieren, Modelle für Handlungen und Identitätsbildung	Design »reduziert Ungewissheit« (Baecker) Design »bewältigt Unverfügbarkeit« (Sloterdijk)
angemessen, funktional gute Dinge/Services	unangemessen, überflüssig schlechte/»böse« Dinge/Services	<b>(Produkt-) charakter</b>	Eigensinn von Dingen und Material neue Praxen/Handlungsketten widerständige/fügsame Dinge/Services	Attraktoren und Umnutzungen: Ghettoblaster, Jeans, SMS, Blockchain, ... Geschäftsmodelle bei Ikea, McDonald's, PayPal WhatsApp, ...
Interventionen, Erfolgskriterium: Provokation von Aufmerksamkeit z.B. <i>After Life Euthanasia Device</i> [Dunne, Raby 2009]	Neue Geschäftsfelder finden, Erfolgskriterium: Profitabilität z.B. Yachtdesign für Oligarchen	<b>Anwendung</b>	Concerns neu formatieren, Transformationsprozesse gestalten, Erfolgskriterium: künftige Formate definieren und realisieren	Concern <i>Vertrauen</i> : »How to design trust?« [Nevejan 2007] Zukunftswerkstatt für Banken
Akademie, Diskurs, Medien	Markt, Praxis	<b>Referenz systeme</b>	Think- und Dotanks, Beratung und Forschung, Nutzung und Wirkung, Akademie und Markt, Diskurs und Praxis	Praxeologie (Bourdieu, Reckwitz, Schäfer, ...)

## Wie?

<i>human centered</i>	<i>profit centered</i>	<b>Fokus</b>	Concern centered, »values in action« Handlungsketten stehen im Fokus	Welche kulturellen Formate werden künftig gebraucht/akzeptiert?
Gebrauchswert	Tauschwert	<b>Ökonomie</b>	Tausch von Intensitäten, Aufmerksamkeit, symbolischem Kapital	Wert als »quantifizierbare Überzeugungskraft« (Tarde), »Ökonomie des Wunsches« (Lyotard)
Fragen	Antworten	<b>Modus operandi</b>	Fragen und Antworten Dialog und Intervention	»Willst Du erkennen, lerne zu handeln« (von Foerster)