

PIERRE SMOLARSKI UND
CHRISTOPH RODATZ

Was ist Public Interest Design?

Problemfelder an der Schnittstelle von Politik, Gesellschaft und Design

Wenn ich mich als interessierter Bürger an einer Demonstration gegen Populismus und den politischen Rechtsruck beteilige, ist das Public Interest Design? Wenn ich Anhänger der PEGIDA bin, vom politischen System und ›Establishment‹ die Schnauze voll habe, deshalb montäglich auf die Straße gehe, ist das Public Interest Design? Wenn ich mich in einem Verein für andere einsetze oder eine Veränderung in meinem Viertel bewirken will, ist das Public Interest Design? Wenn ich Politiker bin und an der Steuerung lokaler oder auch bundesweiter Entwicklungen beteiligt bin, ist das Public Interest Design? Wenn ich Investor bin und die Restaurierung und Gentrifizierung heruntergekommenen Viertel lukrativ vorantreibe, ist das Public Interest Design? Wenn ich Experte für Klima bin und scharfe Auflagen und Handlungsmöglichkeiten zur Minderung von CO2 vorschlage, ist das Public Interest Design? Wenn ich als einfacher Bürger an Stadtentwicklung partizipieren will und deshalb den Vorschlag mache, mehr Parkbänke und Mülleimer aufzustellen, ist das Public Interest Design?

Gestalten heißt Problemlösen. Die Gestalterin oder der Gestalter versucht, im Rahmen eines oftmals eingeschränkten Handlungsspielraums, unter spezifischen Beschränkungen in Mittel und Ausdrucksweise, eine Wirkung zu erzielen, die gleichermaßen das Zielpublikum wie auch die Interessengruppen erreichen kann, deren Vorstellungen von diesem Zielpublikum wiederum letztlich für die Gestaltenden entscheidend sind. Gestaltung lässt sich daher kaum in die binäre Opposition von richtig und falsch einordnen, sondern sucht eine angemessene Lösung für die spezifische Gestaltungsproblematik zu finden. Wobei die generelle Offenheit der Projekte wie auch die für Gestaltung konstitutive Unterbestimmtheit der eigentlichen Aufgabe die Problemlage wesentlich kennzeichnen. Dies alles gilt für viele Designbereiche, wie das Kommunikationsdesign, das angemessene Werbung für ein disperses Publikum entwirft, wie auch für Stadtplaner, die immer mit zukünftigen Problemen agieren müssen, die erst Folgen ihrer Interventionen sind. Mehr noch aber gilt es für den Bereich der Public Interest Designer. Sie sprengen die Grenzen des Disziplinären systematisch und machen damit die Unterbestimmtheit nicht nur in der konkreten Praxis spürbar, sondern auch schon in der Frage: Was ist Public Interest Design? Dabei ist die Sprengung des disziplinären und damit immer auch disziplinierten, selbstsicheren Blickes auf eine Problemlage nicht Selbstzweck oder ein selbstreflexives Ausloten der Grenzen, sondern schlichtweg dem Umstand geschuldet, dass Gestaltung im Bereich des öffentlichen Interesses stets ein ›Design under Uncertainty‹ ist.

Die Frage, was Public Interest Design also ist, soll in drei Richtungen angegangen werden, denn es zeigen sich unmittelbare Grundprobleme, die bereits in der Benennung angelegt sind.

Zunächst ist nach der angesprochenen Öffentlichkeit zu fragen. Was ist Öffentlichkeit, wie konstituiert sie sich und wie formiert diese überhaupt ein Interesse, auf das dann gestaltend Einfluss genommen werden kann? Wenn dieser Begriff in unserem alltäglichen Reden auch präsent ist, und daher oftmals nicht weiter hinterfragt zu werden

scheint, ist es doch so, dass ein genauerer Blick auf das Öffentliche die Unklarheiten und Uneindeutigkeiten des Konzeptes hervortreten lässt. Ja, es lässt das Öffentliche selbst *als Konzept* hervortreten, eben nicht als Entität, die aufgesucht und aufgefunden werden kann, sondern als immer wieder herzustellendes Produkt eines gestaltenden Eingreifens. Erst mit einem solchen Blick werden auch die nachfolgenden Fragen an die Öffentlichkeit greifbar: In welchem Verhältnis steht Veröffentlichung zu Öffentlichkeit? Reicht es beispielsweise Interessen zu veröffentlichen, um öffentliches Interesse zu erzeugen (man denke etwa an journalistische Enthüllungen und Whistleblowing)? Gibt es ein öffentliches Interesse an der Veröffentlichung von Interessenslagen und wäre ein solches legitim? Welche Rolle spielt die vielerorts beschworene Partizipation in Bezug auf Öffentlichkeit, ist sie Instrument der Gestaltung oder ihr Telos, Mittel oder Ziel? Und wenn Öffentlichkeit schließlich sogar mit Gesellschaft gleichgesetzt wird, was nützen dann die Appelle an die Veränderung der Gesellschaft – wohlgermerkt ›der Gesellschaft‹, im Singular als gäbe es nur eine und als wäre diese homogen? Wer gehört eigentlich zur Gesellschaft, wessen Interessen sind legitim und welche Rolle spielt Eigentum? Die Liste der offenen Fragen scheint endlos und viele dieser Fragen werfen sofort das zweite Problem auf: Was ist Interesse?

Von Interessen zu reden, scheint nach aktuellem Sprachgebrauch irreführend, da mit Interessen im Privaten Hobbys gemeint sind und im Politischen Einflussphären (der politischen Gegner). Beides sind – da sie Formen des Weltbezugs sind – Formen von Interesse, das sich in dem äußert, was ›inter-esse‹ liegt, also zwischen Subjekt und Umwelt. Beides sind aber gleichermaßen konkret zu diskutierende Verkürzungen dieses allgemeinen Verständnisses. Gruppen, die sich aufgrund eines geteilten Weltbezugs, also gemeinsamer Interessen, formieren, liegen im eigentlichen Kernbereich des Public Interest Design. Public Interest Designer und Designerinnen haben es also mit Umständen zu tun, die ›irgendwie‹ im öffentlichen Interesse liegen, worauf sich also durchaus unterschiedliche Interessen beziehen können. An dieser Stelle wird augenfällig, dass es dieser ›Design‹-Bereich vehement mit Fragen der Hegemonie bestimmter Interessengruppen und ebenso des Umgangs mit Pluralität und daraus resultierenden Konflikten zu tun hat. Müsste deshalb ›Interest‹ nicht eigentlich im Plural stehen oder erübrigt sich das schon damit, dass ›im öffentlichen Interesse‹ nur steht, worauf sich unterschiedliche Partikularinteressen beziehen? Dann aber ist das öffentliche Interesse ein Abstraktum und lediglich eine Ableitung der konkreten, realen Partikularinteressen. Ein weiteres Grundproblem ergibt sich hierin ebenfalls: Die englische Formulierung umgeht die konkrete Festlegung, ob es beim Public Interest Design um eine Gestaltung ›im Sinne des öffentlichen Interesses‹ geht, was problematisch erscheint, wenn es sich beim öffentlichen Interesse lediglich um ein Abstraktum handelt, oder ob es um eine Gestaltung ›des öffentlichen Interesses‹ geht. Dies muss freilich kein Widerspruch sein, ist wohl aber eine zu klärende Problemlage. Sollte es vorrangig um Letzteres gehen, steht das Public Interest Design der politischen Bewusstseinsbildung wie sie etwa klassische Aufgabe der Parteien ist, womöglich näher als es der Begriff ›Design‹ nahelegt.

In einer dritten Fragerichtung muss demnach beleuchtet werden, was Public Interest Designerinnen und Designer eigentlich gestaltet und inwiefern es sich beim Public Interest Design selbst um eine Design-Disziplin mit spezifischen Methoden und Gegenständen handelt. Die Frage scheint aktuell und schon nach einem kurzen Blick in die aktuelle Publikations- und Konferenzlandschaft erscheint die Frage auch als drängend. Um nur einige, fast wahllos ausgewählte Schlaglichter in diese Landschaft zu geben, seien folgende Bücher und Konferenzen benannt: Claudia Banz' Sammelband von 2016 *Social Design* meint ein *Gestalten für die Transformation der Gesellschaft*. Friedrich von Borries im gleichen Jahr erschienen *Weltentwerfen* verspricht eine *politische Theorie des Designs*. Das 2017 erschienene Buch von Bernd Sommer und Harald Welzer *Transformationsdesign* zeigt überdies *Wege in eine zukunftsfähige Moderne*. Die DGTF-Konferenzen *Civic Design* erhebt die Selbstversorgung der Designer *Zur Theorie und Praxis des Sozialen und Politischen im Design* (Halle, 2017). Die SDN-Konferenz *Beyond Change* dient letztlich dem gleichen Zweck in Form eines *Questioning the Role of Design in Times of Global Transformations* (Basel, 2018). Diese Liste ist mitnichten vollständig. Übersieht man nur kurz die darin sich kundtuenden Debatten innerhalb der Design-Community so wird sofort klar: Es scheint eine Sehnsucht nach sozialer und politischer Bedeutsamkeit im Designbereich zu geben. Eine Sehnsucht, die legitim und nachvollziehbar ist, und die dennoch dem politisch Denkenden Sorge bereiten muss, wenn es gerade Designer und Designerinnen sein sollen, die die Federführung in der praktischen Umsetzung genuin politischer, sozialer, ökonomischer oder ökologischer Felder für sich beanspruchen. Zugespitzt gefragt: Gerade die Disziplin also, die sich rühmen kann, den Warenfetischismus mitbegründet zu haben und damit auch in einem potentiellen Postwachstumskapitalismus noch systemstabilisierende Wachstumserfolge zu erzielen, soll also nun zur Leitdisziplin für den Global Change werden? Der vorliegende Band stellt mit der Frage *Was ist Public Interest Design?* eine Frage, die weniger eine Einladung zur Leistungsschau des Designs darstellt als die Ermittlung der politischen, sozialen und ethischen Bedingungen sowie den sich daraus ergebenden Grenzen eines *Gestaltungswillens*, der keineswegs nur einer der Design-Disziplinen ist. Wenn es um die Gestaltung öffentlicher Interessen geht, dann sind eben auch Bezüge zu Fachdisziplinen, Wissenschaftsbereichen und Praktiken herauszuarbeiten, die in Teilen immer schon *Public Interest Design* waren oder sich mit Fragen auseinandersetzen, die – je nach Bestimmung des Feldes – relevant für das Public Interest Design sind. Man denke etwa an Urban Studies und Raumforschung, Politikwissenschaft ebenso wie politische (lokale) Praxis, Soziologie ebenso wie die Sozialwissenschaften, Philosophie, insbesondere in den Bereichen Ethik und Ästhetik, Rhetorik, Kunst-, Design- und Theaterwissenschaften sowie Medien- und Kommunikationswissenschaften, Architektur, Freiraumplanung und Stadtplanung oder auch Citizen Science.