

Circle 00003 (r=4)

Sustainable Design

STRATEGIEN FÜR EINEN
GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL

ISBN: 978-3-9503352-1-7
Transkript der Diskussion vom 2.12.2011,
18.00 Uhr im designforum Wien.

TeilnehmerInnen:

Harald Gründl (HG)
Georg Günsberg (GG)
Sigrid Stagl (SS)
Ursula Tischner (UT)

Circle ist eine 2010 erfolgreich gestartete Veranstaltungsreihe des IDRV (Institute of Design Research Vienna). Ziel ist, den Diskurs zu Entstehungsbedingungen, Wirkungsweisen und interdisziplinären Zusammenhängen von Design theoretisch/diskursiv dauerhaft in Österreich zu positionieren. Eine nachhaltige Verfügbarkeit der Inhalte auch über das Veranstaltungsdatum hinaus wird durch multimediale Dokumentationsformate gewährleistet.

HG Herzlich Willkommen zum dritten Circle mit dem Thema „Sustainable Design. Strategien für einen gesellschaftlichen Wandel.“

Mein Name ist Harald Gründl, ich bin der Leiter des IDRV, und ich begrüße meine Gäste heute, fange gleich auf der linken Seite an, da sitzt Ursula Tischner, sie hat Architektur, Produkt- und Industrial Design studiert, hat nachher begonnen, sich mit nachhaltiger Gestaltung von Produkten zu beschäftigen. War dann, würde ich sagen, an dem schon geschichtsträchtigen Wuppertal-Institut, für Klima-, Umwelt und Energie tätig und 1996 hat sie ihre eigene Firma *ecoconcept* gegründet, eine Agentur für nachhaltiges Design in Köln. Ursula Tischner ist seit 2010 Professorin für „Design for Sustainability“ am Savannah College of Art and Design in den Vereinigten Staaten. Davor hat sie von 2002-2009 in Holland unterrichtet, an der Design-Academy in Eindhoven. Sie hat eine ganze Reihe von Publikationen zum Thema nachhaltige Gestaltungsstrategien verfasst, man findet sie sehr oft auf Konferenzen und bei Vorträgen. Neben all diesen Dingen war sie in vielen Jurys und hat mitgeholfen, dass Umwelt-Standards etabliert werden und macht viele Gutachter-Tätigkeiten. Neben mir auf der rechten Seite sitzt Sigrid Stagl, sie ist Professorin für Umweltökonomie am Institut für Regional- und Umweltwirtschaft der Wirtschaftsuniversität Wien. Sie ist eine der ersten Absolventinnen eines „Wirtschaftsthemas“ das noch gar nicht so lange am Radar der Wirtschaftsforscherinnen und -forscher ist, das Programm heißt „Ecological Economics“. Das hat sie in New York fertig gemacht, 1999, danach war sie an der Universität Wien, in Leeds und in Sussex, bis sie dann wieder nach Wien zurückgekommen ist. Dort ist sie seit zwei Jahren wieder, und wie sie mir vorher erzählt hat, bringt sie da einen ganz interessanten „Wind“ in die Wirtschafts-Ausbildung, aber dazu kann sie am besten selber berichten. Sie ist auch Präsidentin der „European Society for Ecological Economics“. Unser dritter Diskutant ist Georg Günsberg. Ich kenne ihn noch aus den Zeiten, als er Fachreferent für Energiefragen im Grünen Klub im Rathaus war. Davor war er in der Umweltschutz-

organisation GLOBAL 2000 tätig, er hat Politische Wissenschaften und Kommunikationswissenschaften studiert und 2007 sein eigenes Unternehmen gegründet, ein Beratungsunternehmen für Politik- und Strategieberatung mit dem Schwerpunkt Energie- und Umweltthemen. Wer wissen will, was Georg so denkt, kann seinen Blog guensberg.at besuchen.

Ich habe versucht die letzten Dekaden Revue passieren zu lassen, so ein Schlaglicht zu geben. Als Prolog möchte ich gerne 1844 anfangen: Am 4. Juli, dem amerikanischen Unabhängigkeitstag, verlässt Henry David Thoreau die Gesellschaft und geht an den Walden-See, das ist auch heute noch der Prototyp der Ausbruchsbewegung, die dann in den Sechziger Jahren beginnt. Zweieinhalb Jahre dauert – und darauf legt er Wert – dieses „Experiment“, das auch ein ökonomisches Experiment war, weil er hat versucht autark von der Gesellschaft, wenn auch nicht ganz autark vom Wirtschaftssystem, zu arbeiten. Jedenfalls kostet ihn dieses Experiment 61 Dollar, verdient hat er 36 Dollar, das Defizit waren 25 Dollar. Der Profit war sicher, dass er heute als einer der Vorreiter und Blueprints für eine Lebensweise gelten kann, die sich auf das Essentielle zurück besinnt. Der Musiker John Cage hat es einmal „Utilities“ genannt, das finde ich ein besonders schönes Wort dafür. Mit „Utilities“ meint er Wasser, Luft und Lebensmittel.¹ Und er hat bei Thoreau den Sinn für das Nützliche hervorgehoben. Die 1960er Jahre, und das ist jetzt so ein bisschen ein Sprung, von 1844 in die 60er Jahre des 21. Jahrhunderts, aber das würde ich einmal sagen, das passt so – das ist der Zeitpunkt, wo die Saat von Thoreau aufgeht, und Anfang der 60er Jahre hat Buckminster Fuller die Idee des *World Games*² entwickelt. Das World Game sollte so funktionieren, dass alle Ressourcen der Welt gesammelt werden, man dann so ein Computer-Spiel baut, sage ich jetzt einmal einfach, und mit diesem Computer-Spiel so lange spielt, bis es sich ausgeht auf der Welt, bis alle genug haben von diesen Ressourcen. 1967 dann Marshall McLuhan „The Medium is the Message“³. Das war jetzt ein Fehler, denn es heißt eigentlich „is the Message“ und dann ist Message draus geworden... in diesem Buch, da gibt es ein Kapitel, da geht es ums Copyright, und das finde ich auch sehr wichtig, weil es da so früh kommt, und er es dann auch so vorbereitet, weil ja die 60er und 70er im Grunde so Jahrzehnte des Kollaborativen waren. „Teamwork succeeds private effort.“⁴ Ende der 60er ist ein ganz wichtiger Moment in der Designgeschichte: der „Whole Earth Catalog“ wurde erstmalig von Stewart Brand publiziert⁵; der dann einige Jahrzehnte darauf in einigen Neuauflagen wieder publiziert wurde. Das war ursprünglich so ein dünnes Büchlein, mit dem Untertitel „Access to Tools and Ideas.“ Da waren irgendwie wichtige schöne Bücher drinnen, wo man lernen konnte, wie man sich zum Beispiel in Thoreauscher Manier in den Wald zurückzieht und noch viele andere Dinge. Die 70er Jahre in der Designgeschichte sind sicher am Anfang geprägt durch das Viktor Papanek Buch „Design for the Real World“ und es beginnt interessanterweise plötzlich moralisch zu werden. Ein Zitat aus dem Buch: „Als sozial und moralisch engagierte Designer müssen wir uns mit den Bedürfnissen einer Welt auseinandersetzen, die mit dem Rücken zur Wand steht, während die Uhr immer eine Minute vor

- 1 Cage, John; Daniel Charles (1984): Für die Vögel. Gespräche mit Daniel Charles. Berlin: Merve, S.53
- 2 Fuller, Richard Buckminster; hrsg. von Joachim Krause: Bedienungsanleitung für das Raumschiff Erde und andere Schriften. Amsterdam: Verlag der Kunst, 1998, S.281
- 3 McLuhan, Marshall; Fiore, Quentin (1967): The Medium is the Message. An Inventory of Effects. Harmondsworth: Penguin.
- 4 Ebd. S.123
- 5 Brand, Stewart (1968): Whole Earth Catalog

Zwölf zeigt.⁶ Und Anfang der 70er Jahre beginnt auch diese Kritik am Warenfetisch, dazu nur ein Buchbeispiel, von Wolfgang Haug: „Kritik der Warenästhetik.“⁷ Oder Gert Selles „Ideologie und Utopie des Designs“⁸ wo er die Designgeschichte sozusagen verbindet mit der Geschichte der Sozial-Utopien, wo Designgeschichte auch sehr stark geprägt war von gesellschaftlichen Ideen, die sich dann künstlerisch artikuliert haben. So ein Schlüssel-Argument der Designgeschichte ist 1975, knapp nach dem Höhepunkt der Ölkrise, das deutsche radikale Design mit Des-In⁹, eine Künstler- oder Designergruppe, die beginnt mit einer eigenen Werkstatt, und dann beginnen sie so Reifen übereinander zu schichten und das zu einem Sofa auszuformen, also vielleicht der historische Beginn des Recycling-Designs. Und da geht es natürlich auch um die künstlerische Formulierung dieser Krise, obwohl zu bestreiten ist, ob das wirklich ein nachhaltiger Beitrag war, aber gebastelt wird ja auch heute noch... Lucius Burkhardt dann Ende der 70er Jahre mit seinem sehr stark sozial geprägten Designbegriff.¹⁰ Für die 80er Jahre habe ich nur eine Karte, da steht „Hedonismus“ drauf, ich glaube das beschreibt diese Zeit ganz gut. Ich habe wirklich auf die Schnelle nichts gefunden zu den 80er Jahren, da scheint es wirklich um etwas ganz anderes gegangen zu sein. 1992 würde ich jetzt einmal sagen, ist auch ein geschichtsträchtiger Moment: Günter Horntrich tritt die erste Professur für Design und Ökologie an, vielleicht waren wir im Design doch schon voraus, das war einmal eine Ansage, nicht! An der Fachhochschule Köln, das ist die heutige KISD, und 1992 schreibt er in einer Publikation: „Die Chance, ein umweltverträgliches Produkt zu verwirklichen, scheiterte bislang oft am kurzsichtigen Denken der Industrie.“¹¹ Schuld sind natürlich immer die anderen, nicht! Aber die Stichworte zu dieser Zeit waren eben umweltorientierte Produktentwicklung oder die Gestaltung ökologischer Produkte. Anfang der 90er Jahre, muss man sicher auch noch dazu sagen, beginnt in der Industrie so ein Umdenken, 1991 führt Deutschland den grünen Punkt ein. Das heißt, die Wirtschaft wird dazu gezwungen, ihre Verpackungsmaterialien wieder zurückzunehmen. Die Amerikaner verbrauchen durchschnittlich sechs Erden. Das wir nur eine Erde haben ist uns allen klar, ich habe hier die Erde von Buckminster Fuller, die habe ich heute mit genommen, so als Denkmodell für alle Überlegungen, die irgendwie nachher kommen... Dann kommen wir in die 2000er Jahre, da kommen wir dann schon zu ein paar Begriffen die auch Design-relevant werden, also zum Beispiel die Idee von „Cradle to cradle“ von William McDonough und Michael Braungart.¹² Eigentlich eine schöne Idee, dass man keinen Abfall produziert, also die Vision, dass es überhaupt keinen Abfall mehr gibt auf der Welt... Abgeschaut vom System der Bio-Mimikry in der Natur... und es gibt zwei Kreisläufe, der eine ist biologischer Art und der an-

6 Victor Papanek; hrsg von Pumphösl, F.; Geisler, Th.; Fineder, M.; Bast, G.; Design für die reale Welt. Anleitungen für eine humane Ökologie und sozialen Wandel, Wien: Springer Verlag, Edition Angewandte, 2009, S.11

7 Haug, Wolfgang Fritz (1971): Kritik der Warenästhetik. Frankfurt am Main: Suhrkamp
8 Selle, Gert (1997): Ideologie und Utopie des Design. Zur gesellschaftlichen Theorie der industriellen Formgebung. Wien: Montagne.

9 Fuchs, Heinz; Burkhardt, François; Pollig, Hermann (1985): Produkt, Form, Geschichte. 150 Jahre deutsches Design ; [eine Ausstellung des Instituts für Auslandsbeziehungen Stuttgart] /// 150 Jahre dt. Design ; [e. Ausstellung d. Inst. für Auslandsbeziehungen, Stuttgart]. 2., veränderte Auflage. Berlin: Reimer, S. 87

10 Selle, Gert (1994): Geschichte des Design in Deutschland. Frankfurt am Main: Campus-Verl., S. 312

11 Impuls Design Förderung (1991): Umwelt & Recycling. Hochschul-Experimente. 5000. Aufl. Unter Mitarbeit von Thomas Spreen, Günter Horntrich und Robert Klanten et al. Berlin: Gestalten Verlag, S. 13ff

12 McDonough, William J.; Braungart, Michael (2002): Cradle to cradle. Remaking the way we make things. New York, NY: North Point Press.

dere technischer Art. Das Buch finde ich ganz bemerkenswert, weil es ästhetisch auch ganz wichtig ist. Das Buch ist aus Plastik, sage ich jetzt ganz einfach, man kann es mit in die Badewanne nehmen und insofern definiert es auch für das Design einen neuen Zugang, denn gerade aus den 70er Jahren kennt man eher die Ästhetik des Natürlichen, die Jute-statt-Plastik-Säcke. Und plötzlich, Anfang der 2000er, beginnt ein Ökologie-Begriff der sich von den ästhetischen Paradigmen der Vergangenheit absetzt. Ein Beispiel, das ich sehr schön finde, ist überhaupt anders nachzudenken zu beginnen. Eine Überlegung aus dem Buch ist etwa: Warum können Autos nicht die Luft verbessern? Also warum muss immer weniger gut sein, warum kann man nicht Autos bauen, die rumfahren und die Luft verbessern?

Mitte der 2000er gibt es dann so einen österreichischen Beitrag, von der Technischen Universität Wien, Wolfgang Wimmer gemeinsam mit Rainer Züst, ETH Zürich¹³. Ein Buch über Eco-Design in dem es um Life-Cycle Assessment geht. Sicher nicht der Beginn dieser Überlegungen, aber sicher der Teil der ein bisschen Lokal-Bezug hat.

2004: „Massive Change“ von Bruce Mau¹⁴, ein Buch, das mit Katastrophenstimmung irgendwie so ein Szenario herbeizeichnet wo uns die amerikanische Hochtechnologie rausreißt. 2006, Al Gore: „An Inconvenient Truth.“¹⁵ Es erinnern sich sicher viele an die Szene aus dem Film wo er mit der Hebebühne hochfährt um uns zu zeigen, wie hoch unser CO2 Verbrauch plötzlich geworden ist in den letzten 50 Jahren. Und im Grunde, so Ende der 2000er, beginnen sich auch neue Fertigkeiten für Designerinnen und Designer zu etablieren. Designerinnen und Designer, die nicht nur Produkte entwerfen, sondern auch die Kombination aus Produkten und Services denken können. Designerinnen und Designer, die sich ihre Projekt auch selbst machen, also die nicht warten bis jemand kommt und sagt „Ich brauche das und das“, sondern die sich selbst innovative Szenarien schaffen um zu arbeiten. Im Grunde auch ein ganz wichtiger Begriff, der aus den 70ern kommt, ist das partizipatorische Design. 2009 ein Buch: „Design is the Problem“ von Nathan Shedroff.¹⁶

Und heute haben wir im Design einen ganz interessanten Punkt erreicht, den würde ich als „Punkt der Reue“ bezeichnen. Ich habe dazu zwei Beispiele mitgebracht: Während in der Geschichte davor vieles in der Peripherie abgelaufen ist, wie bei Buckminster Fuller, Thoreau, Cage, Papanek oder Lucius Burckhardt, beginnt das nun ins Zentrum der Konsumkultur zurück zu rutschen, und die beiden Beispiele der Reue, die ich als Abschlussstatement nennen möchte, sind die beiden pensionierten Gründer von *frog design* und *IDEO*: Hartmut Esslinger und Bill Moggridge. Und diese beiden, die sehr nachhaltig mitgeholfen haben, dass die Konsumkultur uns in diese Krise gebracht hat, sind heute im Grunde die Protagonisten von einem neuen Design-Ansatz, bei dem es um Strategien der Nachhaltigkeit geht. *IDEO* hat beispielsweise für die Bill and Melinda Gates Foundation das Human-Centred Design Kit gemacht, ein Co-Creation Toolkit um Probleme in Entwicklungsländern zu lösen. Und der Gründer von *IDEO* gibt Interviews über Social Design. So weit einmal mein Statement, und jetzt gebe ich weiter an Ursula Tischner.

13 Wimmer, Wolfgang; Züst, Rainer; Lee, Kun-Mo (2004): ECODESIGN implementation. A systematic guidance on integrating environmental considerations into product development. Dordrecht u.a.: Springer

14 Mau, Bruce (2004): Massive change. London [u.a.] : Phaidon

15 Gore, Albert (2006): An inconvenient truth. The planetary emergency of global warming and what we can do about it. New York, NY: Rodale.

16 Shedroff, Nathan (2009): Design is the problem. The future of design must be sustainable. Brooklyn, NY: Rosenfeld Media.

UT Wer von Ihnen kann Englisch? Sehr gut, ich habe nämlich eine kleine Präsentation mitgebracht, die ich in einem anderen Zusammenhang in Amerika gezeigt habe, aus der ich ein paar kleine Ausschnitte zeigen will. Es geht nämlich genau um das, was ihr als Organisatoren mir als Thema, als Hausaufgabe gegeben habt, nämlich um Wandel, also auf Englisch um *Change*. Und meine These heutzutage ist, nach allem was ich in der Vergangenheit versucht habe, das wir diesen gesellschaftlichen Wandel nur hinkommen, wenn wir uns persönlich wandeln, wenn Personen sich wandeln. Man kann nach den Institution rufen, man kann nach der Politik rufen, man kann nach den Unternehmen rufen, aber wer ist der Politiker, wer ist der Unternehmer? – Das sind alles Personen. Das heißt, wir müssen im Grunde nach dem persönlichen Wandel suchen, und fragen, wie wir eigentlich unsere eigenen Verhaltensweisen verändern, denn dann ändert sich auch das Unternehmen – und dann ändert sich vielleicht auch die Politik. Und das ist genau das Thema dieser Präsentation. Es geht um den Wandel, aber mehr auf einer persönlichen Ebene, und um die Frage, was Design und Kunst dazu beitragen können, dass Personen sich wandeln. So, und jetzt ganz schnell ein paar Fakten und Daten. In Amerika, das ist der Ort an dem ich mich im Moment am meisten aufhalte, 9 Monate nämlich, gibt es viele Menschen die keine besonders hohen Bildungsstandards haben, dennoch glaubt die Mehrheit der Amerikaner, dass es so etwas wie Global Warming, also Klimawandel gibt. Sogar 75% der Amerikaner glauben, dass sie selbst das verändern können, dass es etwas mit ihrem eigenen Verhalten zu tun hat. Dennoch macht eigentlich niemand etwas. Die Frage ist warum?

Vielleicht ist das Thema, das Angst, also die Angst vor diesen ganzen Katastrophen kein guter Ratgeber ist. Angst ist keine Situation in der wir uns gerne verändern möchten. Angst paralyisiert uns, macht uns eher untätig, als dass sie uns motiviert Irgendetwas zu verändern. Und dann kommt dazu, dass wir Menschen auf einem Motivationsstatus sind, der immer noch relativ viel mit unserer Herkunft als Höhlenmenschen zu tun hat. Wir sind immer noch darauf gepolt, dass Spinnen gefährlich sind, dass Schlangen gefährlich sind, dass wir Männer, die auf uns zu rennen und komisch aussehen furchterregend finden und wir irgendwie reagieren müssen. Wir sind aber nicht darauf gepolt zukünftige Katastrophen als Motivator wahrzunehmen oder darauf zu reagieren. Und wir sind auch nicht darauf gepolt für andere Menschen, die uns nicht persönlich bekannt sind, die nicht aus unserem Stamm oder unserer Familie kommen, etwas zu tun. Also wir ändern unser Leben um ein Kind zu retten, das wir persönlich kennen, aber wir wechseln nicht unsere Glühbirnen aus um alle Kinder der Welt zu retten. Weil das ist so eine abstrakte Bedrohung. Das ist ein abstraktes Thema. Und es gibt noch ganz viele Argumente warum diese abstrakten globalen Themen wie Global Warming, Umweltkatastrophen usw. nicht wirklich motivieren, unser Verhalten tatsächlich zu ändern. Dazu kommt, dass unser Verhalten, das wir im Laufe des Erwachsenwerdens gelernt haben zu 80% routiniert ist. Es gibt ganz viele Verhaltensstudien darüber, dass 80% Prozent des täglichen Verhaltens das wir an den Tag legen Routine ist – dass wir in den Supermarkt gehen, dass wir eine bestimmte Marke wählen, dass wir in ein bestimmtes Unternehmen investieren – wir denken darüber gar nicht mehr nach. Wir setzen uns morgens ins Auto, wir fahren zur Arbeit und wir machen das immer so. Und dieses routinierte Verhalten, das wir gelernt haben und über das wir nicht mehr wirklich nachdenken, wenn dieses nicht nachhaltig ist, das ist eine unglaublich große Herausforderung das zu ändern, es ist unglaublich schwierig.

Ich möchte ein kleines Experiment mit Ihnen machen. Dazu müssen sie mir helfen, und müssen alle aufstehen, bitte. Aufstehen. Locker machen, schütteln. Bitte verschränken Sie für mich einmal Ihre Arme, wie sie das immer tun. So, wie fühlt sich das an, ist das bequem? Wer hat den rechten Arm oben? Und wer den linken Arm? Es ist ungefähr die Hälfte. Die eine Hälfte hat den linken Arm oben, die andere den rechten. So, dann machen wir das nochmals. Nochmals verschränken. Wer hat den gleichen Arm oben? Alle. So, und jetzt machen wir das nochmal, aber andersrum, den andern Arm nach oben... Komisch, oder? Und das ist genau dieses Thema. Wir haben das gelernt, wir machen das immer so. Wenn wir es andersrum mache, müssen wir darüber nachdenken wie das überhaupt geht. Es ist komisch und fühlt sich nicht gut an. Ja, das ist das, was ich eben eigentlich demonstrieren wollte. Also, gelerntes, routiniertes Verhalten lässt sich einfach schwer verändern.

Warum? Es erfordert mehr Arbeit, mehr Nachdenken, vielleicht müssen wir recherchieren, vielleicht neue Informationen erlangen. Und jede Verhaltensveränderung ist in irgendeiner Art und Weise gefährlich, weil wir nicht genau wissen, was die Konsequenz dieses Verhaltens ist. Beim normalen Verhalten wissen wir was passiert, aber beim neuen Verhalten wissen wir es nicht. Mit dieser Frage, wie sich Verhalten ändert, beschäftigen sich natürlich schon lange Verhaltenspsychologen. Es gibt so eine Art soziales Lernen, wie diese Verhaltensprozesse stattfinden. Eine Routine, und dazu gehören vier Elemente: dass man sich erst mal bewusst wird, dass ein Problem existiert, also *Awareness*. Dass man dann eine Motivation hat, das Verhalten zu ändern: *Motivation*. Dass man dann eine Möglichkeit hat ein neues Verhalten anzuwenden, also *Opportunities*. Und wenn ich dann das neue Verhalten ausprobiert habe, muss ich eine positive Belohnung erhalten: *Reinforcement*. Wie zum Beispiel, dass es weniger Geld kostet, oder es befriedigend ist, oder die Leute um mich herum das alle toll finden, dass ich das mache. Ich erhalte Bestätigung, und dann bleibe ich bei dieser neuen Routine, weil sie eben positiv für mich ist. Und genau da ist dieser Behavioural-Change-Cycle: Awareness, Motivation, Opportunity, positive Reinforcement – also Bewusstsein, Motivation, Möglichkeiten der Verhaltensänderung und ein positives Feedback. Das müssen Sie sich mal kurz merken. Am Beispiel von Fleisch-Essen – das ist ein wichtiges Thema für Nachhaltigkeit. Wenn wir alle weniger Fleisch essen würden, hätten wir ganz viele Probleme in der Landwirtschaft nicht mehr, hätten wir ganz viele Probleme im Energiebereich nicht mehr usw. Am Beispiel des Weniger-Fleisch-Essens könnte *Awareness* folgendermaßen sein: Mir wird bewusst, dass mein Fleischkonsum zusammenhängt mit animal cruelty, mit schlechter Tierhaltung, mit schlechten Gesundheitseffekten usw. Ich lerne das, oder lese das, oder irgendjemand erzählt mir das. Dann gehe ich zu meinem Arzt, und der sagt mir, dass ich am Anfang einer Diabetes stehe und dass ich mein Verhalten ändern muss. Meine Diät ändern: *Motivation*. Dann gibt es vielleicht ein neues organisches Restaurant in meiner Nähe: *Opportunity*. Da geh ich hin, das schmeckt mir, ich finde das gut, und vielleicht haben einige von meinen Freunden das gleiche Problem und wir kochen einmal die Woche zusammen und dann bleibe ich bei diesem neuen Verhalten. Das wäre also so praktisch dieser neue *Social-Learning-Cycle*. Jetzt ist die Frage, wie hängt das mit unserer Rolle als Designerin oder Designer bzw. als Künstlerin oder als Künstler zusammen? Wie können wir das, dieses positive Verhalten-Ändern, strategisch versuchen zu unterstützen? Meiner Meinung nach sind das insbesondere vier Bereiche: Wir können in diesem *Awareness*-Bereich besser kommunizieren – dass also Kommunikationsdesigner Informati-

on Zielgruppenadäquater den Leuten anbieten. Wir können uns das auf die Fahne schreiben, dass wir darüber mehr und wahrheitsgemäß und nicht so polemisch berichten. Dann können wir an diesem Bereich *Motivation* arbeiten. Natürlich können wir versuchen Role Models zu zeigen, zeigen wie es in anderen Ländern geht, zeigen wie es positiv aussehen kann, zeigen dass Nachhaltigkeit nicht heißt, zurück in die Höhle, und dass wir alle keinen Spaß mehr haben; sondern dass es durchaus Spaß machen kann. Dann haben wir natürlich den Bereich *Opportunity Design* – und das ist ja unser tägliches Brot auch als Produktdesigner, wir designen Infrastruktur, Produkt-Services, Dienstleistungen – und genau das sind die *Opportunities* die den Leuten ermöglichen könnten nachhaltiger zu agieren. Und schließlich müssen wir natürlich dafür sorgen, dass das Ganze dann ein positives Erlebnis ist. Dass wir positives Feedback geben können durch welche Möglichkeiten auch immer, durch Communities, durch Peer Groups, dadurch dass man Geld spart, dadurch, dass man sich einfach besser fühlt, dass man ein besseres Gewissen hat, und so weiter.

Dieses Thema habe ich gerade so ein bisschen für die Designer entdeckt, oder zumindest für mich, bzw. unsere Gruppe in Amerika. Ich habe einen neuen Begriff geprägt, der sich daraus zusammensetzt, dass wir also dieses nachhaltige Verhalten lernen, dass wir das unnachhaltige Verhalten verlernen, und dass wir bitte Spaß dabei haben sollen. Dass es ein positives, interessantes Erlebnis sein soll – und daraus hab ich einen neuen Begriff geprägt, den ich *Fun-Learning* nenne. Also mit Spaß lernen oder schlechte Verhaltensweisen verlernen. Wir haben in der Historie als auch heute, ganz viele Designer und Künstler, die bereits zu diesen Themen arbeiten. Wir haben damals schon, während dem Zweiten Weltkrieg, eine große Kampagne in England gehabt, wo Designer, Grafiker und Kommunikationsdesigner, die Bevölkerung dazu aufgerufen haben, mitzuhelfen den Krieg zu gewinnen. Und das hieß zum Beispiel „Dig for Victory-Campaign“, „don't waste food“, „don't waste electricity“, „it all depends on me“ – große Kampagnen, damit auch die Leute zu Hause, die nicht in den Krieg gezogen waren, helfen mit zu arbeiten. Und das war eine designorientierte Kampagne, eine Kommunikationskampagne.

Popmusik und Rap – ich hab jetzt keine Zeit Ihnen das alles zu zeigen, das müssen sie sich merken oder aufschreiben. Baba Brinkman, ein ganz interessanter Rapper aus Amerika, der spricht ganz viel über Umwelt und Katastrophen und was wir dagegen tun können. Er hat zum Beispiel einen Rap der heißt „Canada: The world's only haven from climate change!“, in dem er sehr amüsan und pointiert das Thema Climate Change auf die Schippe nimmt, aber so richtig gut.

Dann gibt es natürlich Filme, ganz viele Dokumentation und Filme, wie zum Beispiel „No Impact Man“. Ein wunderbarer Film darüber, wie ein Mensch mit seiner Familie in New York versucht „No Impact“, also keinen negativen Einfluss auf die Umwelt zu haben, ein ganzes Jahr lang. Also wirklich eine schöne Dokumentation.

Oder Cartoons und Comics, sogar die *Simpsons* oder *South Park*, die beschäftigen sich mit dem Thema und versuchen auf eine lustige Art und Weise, ironisch, Leute dazu anzuregen mehr nachzudenken.

Produktdesign, ein Riesenthema! Einfache Interventionen können ganz oft das Verhalten zum Positiven beeinflussen. Das ist zum Beispiel ein Urinal im öffentlichen Raum. Dieses Urinal hat einen kleinen Fleck, eine aufgeklebte Fliege, und Männer versuchen nun beim Benutzen des Urinals, diese Fliege zu treffen. Dadurch ist es bei Weitem nicht so unangenehm in diesen Toiletten, und es ist weniger Reinigungsaufwand usw. Also winzig kleine Designinterventionen können unter Umständen,

wenn wir darüber nachdenken, das Verhalten zum Besseren, zum Nachhaltigeren verbessern. Und tatsächlich gibt es Leute, die sich systematisch mit diesem Thema beschäftigen. Einer meiner Heros in dem Zusammenhang ist Dan Lockton, der hat seine Doktorarbeit, seinen PhD, an der Brunel Universität in England gemacht. Der hat dieses Kartendesign mit Intent¹⁷ entwickelt, und die haben acht Bereiche, in denen sie Strategien vorschlagen, wie man durch Design Verhalten zum Besseren beeinflussen kann. Also zum Beispiel *Simplicity*: diesen Eco-Button drückt man und der Computer geht auf Sparmodus. *Feedback durch Form*: diese Waage zeigt einem an, wann es genug ist, wann die Portion ausreicht um seinen täglichen Bedarf zu decken, indem sie einfach auf eine Seite kippt. *Story Telling* – ein weiteres ganz großes Thema, Stories erzählen, die sich hinter den guten Produkten verstecken. Schuldgefühle vorwegnehmen und zum Positiven wenden, denn wenn ich Fair-Trade Kaffee kaufe, muss ich keine Schuldgefühle mehr haben. Das *Desire for Order*, also dass wir eigentlich alles schön ordentlich haben wollen. Dieser Lichtschalter zum Beispiel: wenn ich ihn anschalte ist er unordentlich, und erst wenn ich ihn ausschalte geht er wieder zurück in die ordentliche Position. Das heißt Leute werden dadurch angehalten das Licht auszumachen wenn sie den Raum verlassen. Also solche Geschichten. Das ist ein ganz schönes Tool, ein strategisches Tool, für Designer. *Feedback, positive Reinforcement* ist nötig. Und hier *Smart Meters* – das ist etwas woran wir schon lange arbeiten, wie man den Leuten Feedback geben kann über ihren Energieverbrauch. Oder dieser Duschcoach, der mir sagt, dass ich fünf Minuten geduscht habe, und wann ich jetzt vielleicht mal aufhören sollte mit dem Duschen.

Experience Design – „Info and Edutainment“, „Story of Stuff“. Wenn Sie sie nicht kennen: Annie Leonard¹⁸ – macht super Videoclips, die man auch gut mit Studenten benutzen kann, die die Stories hinter den Produkten die wir kaufen erzählen, und auch sehr kritisch über Umwelt- und Sozialthemen in dem Zusammenhang sprechen.

Spiele, Harald Gründl hat das Spiel von Buckminster Fuller genannt, das *World Game*. Aber es gibt noch viele andere Spiele die dieses Thema aufnehmen, *Fun Theory*, www.thefuntheory.com, eine wunderbare Website, die von VW gesponsort wird, versucht durch Intervention im öffentlichen Raum das Verhalten der Menschen zu verändern. Und die sind sehr erfolgreich damit. Da gibt es ganz viele Videoclips auf der Seite, mit denen man die Menschen dazu anreizt, mit Fun, mal die Treppe zu nehmen oder ihren Müll vielleicht zu recyceln oder ähnliche positive Dinge zu tun.

Flashmobs, „Recycling Flashmob“¹⁹ - unbedingt anschauen, ein vierminütiger Video-Clip auf Youtube. Ich sag nur: Gänsehaut. So, also was wir versuchen müssen, eigentlich, ist die persönlichen Verhaltensweisen im Beruf, in der Politik, bei den Konsumenten zum Positiven zu beeinflussen. Wir Designer können da ganz viel machen, positiv wirken, dazu nochmals diese kleine Modell, und wie das erweitert werden kann. Es geht eben darum, dass wir diesen *Social-Learning-Cycle* durch Design-Interventionen versuchen schneller und positiver zu beeinflussen, und dass man vielleicht auch Leuten einen Erfahrungsraum ermöglicht, wo sie solch nachhaltiges Verhalten einfach ausprobieren können ohne Gefahr zu laufen schlechte Erfahrungen zu machen oder unangenehme Konsequenzen zu erleben und durch diesen designten Erfahrungsraum

17 Dan Lockton, Design with Intent: A design pattern toolkit for environmental & social behaviour change, <http://architectures.danlockton.co.uk/design-for-sustainable-behaviour/>

18 Annie Leonard, The Story of Stuff, <http://www.storyofstuff.org/>

19 Recycling Flashmob, <http://www.youtube.com/watch?v=GYnd5JRu86E>

Verhalten erlernen können, dass sie Mitnehmen in ihre tägliche Routine. Das ist eigentlich die Idee dahinter. Ok. Das ist alles ganz neu. To be tried and tested.

Man muss aufpassen, dass eben Design und Kunst in diesem Falle ENABLER sind, und dass man nicht manipuliert. Ansonsten kann das alles auch von Mainstream-Unternehmen benutzt werden um ein anderes Verhalten hervorzurufen. Und das kann natürlich auch zu allen möglichen anderen Zwecken eingesetzt werden. – Die Frage ist, ist das überhaupt eine gute Idee, sollen wir Designer uns damit auseinandersetzen? Und wenn ja, wie können wir das vermeiden, dass es zu falscher Manipulation kommt, und wieder für falsche Dinge benutzt wird? Und wer zahlt uns das eigentlich, dass wir so etwas tun? Ist das unsere Freizeitbeschäftigung, unser Hobby, oder kann das ein Teil eines jeden Design-Projektes sein das ich tue? Das sind so meine offenen Fragen am Ende. Danke.

GG Vielen Dank für die Einladung. Meine Rolle hier, wenn ich sie recht verstanden habe, ist vor allem die Brücke zur Politik zu schlagen, was ja sozusagen Teil meines Berufs ist, inhaltliche Fragestellungen und Politik zu verknüpfen. Das ist das, was ich in dem Fall unter Politikberatung verstehe, und dabei auch strategische Aspekte einzubringen. Ich hab versucht, ein paar Grundannahmen mitzubringen und drei Beispiele wo aus meiner Sicht Design, Nachhaltigkeit und Politik sich treffen. Wobei mein Designbegriff ein relativ breit angelegter ist. Es waren vorher schon mehrere Beispiele, wie die erste Professur für Ökologie und Design, die es seit 1992 gibt, das sind 20 Jahre, und das ist auch der Zeitraum, in dem ich mich im Umweltbereich engagiere. Und manchmal so in Runden mit Leuten, die schon länger in dem Bereich tätig sind, denken alle so, naja 20 Jahre, was hat sich denn verändert? Und man merkt auch, dass sich viele Botschaften, die es in diesen 20 Jahren gegeben hat, gar nicht verändert haben. Wie die Themen Energiesparen, Energieeffizienz, erneuerbare Energien. Also ich komm sehr stark aus dem Energiebereich, da überlegt man, ob man frustriert sein muss, weil es so redundant ist. Wenn man genauer hinschaut, hat sich aber inhaltlich einiges getan. Ein paar kurze Folien: in der Einladung wird auf den Ressourcenverbrauch hingewiesen und darauf, dass in den Schwellenländern auch der Ressourcen- und Energieverbrauch steigt. Die Grundannahme, keine These, denn das ist ja Allgemeingut, unser industrielles Wachstum baut ganz stark auf billiger, fossiler Energie auf. Zwei Aspekte also: billig und fossil . Wenn wir uns den Anstieg des Energieverbrauchs ansehen, weltweit, dann haben wir abgesehen von einem ganz kleinen Decline 2009, der Rezessionsbedingt war, ein kontinuierliches Wachstum beim Energieverbrauch. Ganz stark aufbauend auf Öl, Gas, Kohle. Das ist eine Grafik von BP, drum ist das Grün nicht Wasserkraft oder so, sondern Öl. These zwei: Was sich sehr wohl geändert hat, das ist der Ölpreis. Und die Energiepreise in weiterer Folge. Das ist die Entwicklung des Ölpreises, mit einem Anstieg 2002, 2004 und 2008. Knapp vor der Rezession war sozusagen der große Peak mit 140 US Dollar. In den letzten Jahren ist der Wachstum wieder angestiegen, wir sind jetzt bei 100 und 110 US Dollar. Die These wäre, dass hätten wir nicht jahrzehntelang 25 Dollar als kalkulierbare Größe gehabt, hätte sich vieles nicht so entwickelt wie es sich entwickelt hat, auch im ökologischen Bereich. Man hätte Städte anders gebaut, das industrielle Wachstum wäre anders gewesen, und es wären auch die Produkte anders. Das ist eine ganz massive Basis, wie wir wirtschaften, und das wird sich nicht mehr ausgehen, denn die Nachfrage nach Energie, nach Öl, steigt weiterhin. Das Angebot jedoch ist zumindest nicht mehr zu

dem Preis darstellbar wie das Jahrzehntlang der Fall war. Und diesen Bruch, den haben glaub ich viele, insbesondere in der Politik aber auch in vielen Unternehmensbereichen, noch nicht ganz nachvollzogen. Das heißt, eine ernsthafte, eine einfache Fortschreibung dieser Entwicklung ist nicht möglich. Die Frage ist sozusagen, welche Strategie greift jetzt. Und dass so viele Krisen gerade jetzt zusammenkommen ist auch kein Zufall. Nun was hat das mit Design zu tun?

Hier kommen sozusagen die drei Beispiele. Ich versuche immer den Begriff der Energiekultur mitzunehmen. Wir reden ja oft bei Energiegeschichte über Technologien, seien es erneuerbare Technologien oder auch Energieeffizienz-Technologien, wir reden allerdings sehr wenig – und da kommt sozusagen die Brücke zum *Behaviour* – über kulturelle Aspekte, wenn wir mit Energie oder mit Ressourcen umgehen. Denn die Frage, wie Energie vermittelt wird, wir haben schon ein paar Beispiele gehört, ist zentral, weil es so etwas wie eine Energiebewusstlosigkeit gibt, also kein Bewusstsein, was den Energieverbrauch betrifft. Ich mach jetzt den Test nicht, den wir manchmal machen – zu fragen, wer weiß seinen Stromverbrauch in Kilowattstunden. Das Gros weiß es meistens nicht, weil es keine Bezugspunkte dazu gibt. Der durchschnittliche Verbrauch eines Haushaltes ist in Österreich bei ca. 3400 Kilowattstunden für Strom, in Wien liegt er bei 2500. Wenn allerdings Energie teurer wird, dann muss es diesen Bezugspunkt geben. Und da glaube ich ist Design bzw. Visualisierung ganz zentral um das entsprechend vermittelbar zu machen und Identität damit zu schaffen. Und wenn wir uns die Stromzähler links anschauen – *Smart Metering* war ja schon ein Thema – mein Gefühl ist, dass ganz wenig darauf geschaut wird, sozusagen in der Produktentwicklung, wie wird das entsprechend dargestellt vermittelt, und dass da ein Riesenpotential drin ist. Wo also Design sehr frühzeitig greifen müsste und nicht erst am Ende der Produktentwicklung, wie es leider sehr oft in vielen Bereichen gesehen wird. Es gibt andere Beispiele die positiver sind aus meiner Sicht, wenn man gerade in Österreich an energieeffiziente Gebäude denkt, da hat die Architektur ganz stark dazu beigetragen, dass Energieeffizienzstandards strenger geworden sind. Wobei wir natürlich – Stichwort Passivhaus – immer wieder an heikle Punkte kommen.

Der zweite Block ist Mobilität. Es wird sehr viel über Mobilität gesprochen, einerseits weil da Kosten drin stecken, weil man hier unmittelbar von Öl abhängig ist, und weil es hier auch sonstige Grenzen des Wachstums gibt, grad im urbanen Bereich. Hier ist auch Design eine zentrale Fragestellung. Wir hatten kürzlich eine Diskussion in der es um die Elektromobilität ging, um die es gerade einen großen Hype gibt, jeder sagt, das ist die Zukunft. Die Frage ist allerdings, wie denkt man überhaupt Mobilität? Das hier ist sozusagen das erste Auto, das Vorbild aus dem Jahr 1886, aus dem der fossile Motor weiterentwickelt wurde. Das war von Edison und war im Grunde genommen eine *Motorkutsche*, die das erste Auto war. Man hat halt von dem aus gedacht, was man hatte, also von der Kutsche aus. Und im Grunde genommen passiert jetzt das gleiche: Man denkt von einem herkömmlichen Auto weg, das fossil betrieben wird und denkt kein komplett neues Design von Vehikeln. Es gibt aber positive Beispiele muss man dazu sagen. Gerade im Bereich der E-Bikes entstehen durchaus neue Produkte. Aber wenn man immer von dem aus denkt, was wir gewohnt sind, dann werden wir möglicherweise nicht besonders innovativ unsere Mobilitätssysteme gestalten. Und das ist ein politisches Missverständnis: Ein Mangel an Grundkenntnis über Design. Wo setzt Design an? Reden wir darüber wie das Design von Elektrotankstellen aussehen soll, oder setzten wir viel früher an, und

sagen, hey, die Gestaltung dieser Technologien, dieser Systeme ist auch impliziter Bestandteil von Design und von der Entwicklung. Und Politik setzt immer dort an wo es ums Behübschen des fertigen Produkts geht. Da machen wir noch ein bisschen Design und dann ist es das. Ich meine das ist nicht in allen Bereichen so. Aber das wäre ein Punkt, wo ich glaube, dass wir was ändern müssten. Vielleicht ein kleines Beispiel aus der eigenen Geschichte: Als ich noch vor vielen Jahren im Grünen Club tätig war, da war ein sehr innovatives und erfolgreiches Projekt dieses Biomassekraftwerk in Simmering. Das war ein wirklich großes Projekt, das erste dieser Größe in Österreich. Und dann kam bei der Errichtung das Thema auf, dass auch in der Entwicklung des Gebäudes gestalterische Elemente berücksichtigt werden sollten. Verstanden wurde dies seitens des Betreibers so, dass man einen netten Kindermalwettbewerb macht, ironisierend gesagt. Unser Zugang zu Design und Architektur war ein anderer, aber es war nicht vermittelbar, dass das frühzeitig in die ganze Kraftwerksentwicklung, einfließen sollte. Und dann vermitteln kann und will wie dieses Gebäude gestaltet ist, und was auch nach außen ausstrahlt.

Der dritte Aspekt von Design, bei dem Politik ganz zentral ist, weil das auch unterschätzt wird, bezieht sich auf die Stadt- und Regionalentwicklung: das Urban Design. Seit 2008 leben über 50% der Weltbevölkerung in Städten, und sind für 75 % der Emissionen zuständig. Ich hab kürzlich in New York einen tollen Film von Gary Hustvit gesehen: „Urbanized“. Das heißt, die Frage wie unser Lebensraum gestaltet wird, wie hier in die Planung eingegriffen wird, diese Frage ist zentral. Und billige Energie heißt eine totale Autozentriertheit in der Planung. Wäre Energie nicht so billig gewesen, hätte man das damals nicht so planen können. Man hat damals in der Krise 2008, 2009 als der Ölpreis so hoch war, auch gesehen, dass sich diese Suburbanisierung, diese zersiedelte Raumstruktur eigentlich nicht ausgeht. Das ist ein derartig starker finanzieller Faktor für Haushalte, dass es problematisch ist. Also Urban Design ist eines der Themen, natürlich nicht unmittelbar Produktdesign, sondern systemisch breiter angelegt. Hier habe ich ein Gegenbeispiel zu der Struktur davor gebracht: Die High Line in New York, wo durch eine urbane Intervention sehr vieles erreicht wurde, wie zum Beispiel, dass Stadtteile miteinander verknüpft wurden, eine völlig neue Stadtperspektive entstanden ist, und somit auch Identität entsteht. Was mir auch wichtig scheint. Zum Abschluss sozusagen dieses Dreieck, das ich gerne sehe, wenn ich zum Thema Energie spreche: Technologie, Struktur, Kultur. Aus meiner Sicht wird der strukturelle Aspekt, aber noch mehr der kulturelle Aspekt, am meisten unterschätzt. Über all diese technologischen Entwicklungen machen sich viele Leute Gedanken, und da geht irrsinnig viel Geld rein. Was das strukturell aber heißt, sei es in der Energieversorgung, in der Mobilität, und wie man Strukturen ändern muss, das ist das was sozusagen politisch am Schwierigsten ist. Und wie man Menschen mitnimmt, erreicht, das ist ein kultureller Aspekt. Das ist der Aspekt, bei dem sehr viele im Argen liegt. Ich fürchte, dass durch appellative und moralische Argumentation Menschen nur zu einem geringen Teil erreichbar sind – das stelle ich gern zur Diskussion. Vielleicht ist das nach 20 Jahren auch so, dass man das appellative nicht mehr hören kann. Darum glaube ich, dass sozusagen die Schnittstellenfrage, und was Design hier beitragen kann, eine ganz zentrale ist.

HG Vielen Dank Georg. Wenn wir grad schon beim Politischen sind: auf die Sesseln haben wir einen Zettel gelegt, zu dem es folgende Geschichte gibt: das IDRV war vom Lebensministerium zu einem Nachhaltigkeits-Event eingeladen. Dort wurden wir aufgefordert, Beiträge die sich aus

dem Zusammenhang ergeben, auf einen Zettel zu schreiben. Ich habe damals gemeinsam mit Ulrike Haele ganz heftig auf diesen Zettel gekritzelt und die Wichtigkeit von Design für diesen Wandlungsprozess eingefordert. Was dann passiert ist, ist, dass auf diesem recht lieblos formulierten Ideenpapier das Design gar nicht vorgekommen ist. Und ich möchte jetzt alle auffordern uns zu helfen noch ein paar schlagkräftige Argumente zusammenzufassen. Und wir versprechen, das an die geeigneten Stellen zu bringen. Damit wir auch diese politische Dimension wieder in den Diskurs reinbringen. Ich glaub schon bei diesen zwei Beiträgen hat man gemerkt, dass Design ein Schlüsselkatalysator für einen Wandel sein kann. Und ich denk, dass die österreichischen Ministerien anlässlich dieser Veranstaltung nochmal von uns hören werden... Wir sind jetzt gespannt auf den Beitrag von Sigrid Stagl. Es ist schon gefallen, wer zahlt das. Die politische Propaganda, diese Kriegspropaganda, da ist relativ klar, wer das bezahlt hat, und jetzt, ja wir sind gespannt.

SS Also wer zahlt weiß ich nicht. Aber schauen wir uns einmal an, was ökonomisch dahinter steht. Ein Faktor der sehr wichtig ist, ist in einer der letzten Grafiken schon zu sehen gewesen, nämlich die Preise von fossilen Brennstoffen, und dass es da sehr wohl gravierende Ausschläge gegeben hat, in den letzten Jahrzehnten, und dass es da auch gravierende Unterschiede zwischen den Ländern gibt. Beispielsweise der Benzinpreis ist in Europa ungefähr doppelt so hoch wie in Amerika und wir gehen trotzdem nicht in Schutt und Asche. Also irgendwie geht sich das auch mit einem höheren Benzinpreis aus. Aber wenn man das Amerikanern erzählt, dann sind sie normalerweise schockiert und fallen halb vom Sessel. dass man mit so einem Benzinpreis trotzdem leben kann. Also da bin ich ganz bei Ihnen, dass wenn die Preise von fossilen Brennstoffen auf einem anderen Niveau sich eingependelt hätten, dann wäre das absolut nicht der Niedergang der Volkswirtschaft gewesen, das Ende vom Wohlbefinden usw. sondern wir hätten einfach andere Designs, andere Infrastruktur, vermutlich bessere. Ein Problem ist, dass die Ökonomie darauf zählt, dass Preise Knappheiten andeuten, und das tun sie halt ziemlich schlecht. Vor allem wenn es um natürliche Ressourcen geht. Einerseits weil die Information über Knappheit sehr dezentral vorliegt, also sind wir jetzt schon in der Nähe des Peaks, oder ist der Peak von Öl noch immer recht weit weg, oder sind wir vielleicht schon jenseits vom Peak. Die Information, die präzise Information dazu ist dezentral bei den Ölkonzernen, und die haben natürlich relativ wenig Anreiz uns diese Information präzise widerzugeben. Aber es ist eigentlich egal, denn eigentlich gibt es zu viel Öl, eigentlich gibt es zu viel Kohle, und wenn wir das alles verbrennen ist es sowieso ein Problem mit der assimilativen Kapazität der Atmosphäre, denn die und Klimawandel sind eigentlich die beschränkende Variable. Aber was sich daraus ergibt, dass wir nicht darauf zählen können, dass Preise uns anzeigen werden, wie die Knappheit derzeit ausgestaltet ist von natürlichen Ressourcen und wir können auch nicht darauf zählen, dass sie rechtzeitig in die Höhe gehen werden. Das ist generell eine Annahme. Das heißt also, dass die Preise, relative Faktorpreise, verändert werden müssen, künstlich verändert werden müssen, und das ist natürlich nichts Neues. Seit zwanzig Jahren diskutieren wir auch in Österreich über eine ökologische Steuerreform und der Verlauf der Diskussion ist üblicherweise so: Am Anfang einer neuen Runde, wenn wieder eine Steuerreform diskutiert wird, kommt irgendjemand daher, mit dem guten Vorschlag, wir brauchen eine ökologische Steuerreform. Und dann nicken alle, ja das ist wirklich eine gute Idee, dann wird über vieles anderes diskutiert, dann vergisst man auf die ökologische Steuerreform,

dann erinnert man sich dran und dann einigt man sich auf eine ganz kleine Version von irgendwas in der Form einer Mineralölsteuer, die aber nicht zu hoch sein darf, weil dann kommen ganz wichtige Aspekte wie Tanktourismus, das rettet unser Budget, der Tanktourismus, und dann fällt uns auch noch ein, dass die Leute die irgendwo in einem Dorf in der Nähe von Korneuburg ihr Haus gebaut haben und in Wien arbeiten, die dürfen auf keinen Fall benachteiligt sein, deswegen müssen wir auch noch die Pendlerpauschale erhöhen. Um ja keine Lenkungswirkungen zu haben; und das ist dann wieder die ökologische Steuerreform. Und dann wird manchmal noch argumentiert: und außerdem ist die ökologische Steuerreform so schlecht für arme Leute, denn für die steigen die Energiepreise. Stimmt, natürlich muss man die Verteilungswirkungen mitdenken, aber es ist noch nicht rocket science, dass man sich ausrechnen kann, vielleicht eine andere Einkommenssteuer, vielleicht Zuschüsse für diese Haushalte – und die wirklich armen Haushalte haben keine Autos. Die ärmsten 20 % der österreichischen Haushalte haben keine Autos. Das wissen wir aus der Statistik. Also das sind vorgeschobene Argumente. Man könnte sehr wohl Steuern auf Ressourcen ausrichten, und natürlich ist das einfacher im internationalen Vergleich zu machen. Österreich ist ein recht kleines Land, natürlich sind wir dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt, das in einem gravierenden Ausmaß als Einzelner zu tun ist schwierig. Aber es gibt ein bisschen Handlungsspielraum, und man könnte da ein bisschen mutiger sein. Um diesen Preisen ein bisschen Kostenwahrheit, ein bisschen ökologische Wahrheit mitzugeben. Also das sind die relativen Faktorpreise, und relativ insofern, als dass die natürlichen Ressourcen zu billig sind und Arbeit zu teuer ist. Und das ist nichts Neues. Das wird in der Ökonomie seit Jahrzehnten diskutiert und ist unbestritten. Es geht um die Umsetzung davon. Ein weiteres Problem ist, dass innerhalb des ökonomischen Denkens die absoluten Grenzen nicht kommuniziert werden, es geht ständig um Effizienz, die Energieeffizienz, das Bruttoinlandsprodukt steigt, der Energieverbrauch steigt, die Effizienz ist aber auch gestiegen, und das ist gut, wir produzieren eine Einheit Bruttoinlandsprodukt, eine Einheit Einkommen mit weniger Ressourceneinsatz, mit weniger Energieeinsatz. Und das ist gut so. Aber wir produzieren viel mehr an Einheiten, dass insgesamt der Materialverbrauch oder der Energieverbrauch weiterhin steigt. Und für den Planeten zählt aber natürlich das Absolute. Und das kommunizieren wir nicht gut an die Entscheidungsträger, an die Menschen, die Entscheidungen treffen. Also da braucht Design im Sinne von Information über Preise, da braucht es institutionelles Design und vermutlich auch Produktdesign das es schafft, absolute Grenzen zu kommunizieren. Ein institutionelles Design dafür sind *Personal Carbon Allowances*, also wenn man zum Beispiel nicht nur eine Kreditkarte hätte wenn man einkaufen geht oder ein Geldbörsel oder was auch immer, sondern man bräuchte auch so etwas wie Kohlenstoffpunkte, und wenn keine Punkte auf der Kohlenstoffkarte mehr drauf sind, dann gibts nix mehr. Auch wenn man noch Geld hat. Ja, vielleicht kann man sich dann noch Massagen geben lassen, weil die sind ja fast kohlenstofffrei, oder ähnliche Dinge, aber mit Tanken ist halt nicht mehr, außer man kauft die Kohlenstoffpunkte sehr teuer von jemand anderem zu, der keine Kohlenstoffpunkte braucht. Das wäre so ein Mittel um die absoluten Grenzen näher zum Entscheidungsträger, zur Entscheidungsträgerin kommen zu lassen. Das Problem ist, die britische Regierung hat das durchgerechnet, und so ein System wirklich gut aufzusetzen ist einfach extrem teuer. Aus ökonomischer Sicht, als Ökonomin, würde ich auch behaupten, das ist ein ineffizientes System. Es wäre besser, die Faktorpreise gleich von Anfang an, im Produktionsprozess zu korrigieren. Aber die Steuern werden einfach nicht einge-

führt. Es ist das effizientere Vehikel, es ist aber auch recht indirekt, es kommuniziert wieder nicht die absoluten Grenzen. Und das ist so das Spannungsfeld, das wir haben. Wir wüssten also was es braucht, es mangelt an der politischen Umsetzung – und auch wenn wir ökonomisch effizient umsetzen, diese politischen Maßnahmen, die ökologische Steuerreform, dann ist es eine recht indirekte Kommunikation. Wir brauchen auch direkte Kommunikation mit den Entscheidungsträgern, Entscheidungsträgerinnen. Wenn wir über Ressourcen in der ökologischen Ökonomie reden, im Ressourcenmanagement, im Supply-Chain-Management, dann wird meistens über Abfall geredet. Ich war vor Kurzem bei einer Tagung die drei Umweltämter aus Österreich, Deutschland und der Schweiz ausgerichtet haben und habe eigentlich erwartet da recht viel über (da hab ich schon gewusst dass ich hierher kommen werde, und dachte mir, gut jetzt lern ich auch hier was über Eco-Designs), und ich hab zwei Tage nur Abfallvorträge gehört. Ich meine, das war schon auch interessant, aber ja. Man setzt immer hinten an, und das ist ein Problem. Natürlich sollte man schon vorne ansetzen. Auf Fragen wie, warum macht man da nicht schon ein anderes Design hats dann heißen, „na aber unsere Produkte werden ja nicht mal in Europa designt, sondern die Chinesen machen halt kein Eco-Design.“ Also, vorne ansetzen wäre absolut essentiell!

Ich möchte kurz auf eine strukturelle Komponente eingehen, die jetzt noch nicht vorgekommen ist, nämlich die makroökonomische Dimension Wirtschaftswachstum. Das ist natürlich auch ein Treiber von unserer Konsumgesellschaft, also unsere Konsumgesellschaft ist ein Treiber vom Wirtschaftswachstum, und die Frage ist, ob sich das ausgeht, so weiter wie bisher? Und da haben sich ein paar Makroökonominnen Gedanken darüber gemacht: Wenn wir die Emissionsgrenzen ernst nehmen, die uns Naturwissenschaftler kommunizieren, zu denen sich manche politischen Gruppierungen, manche Länder, wie z.B. Großbritannien, auch gesetzlich verpflichtet haben, z.B. die CO₂-Emissionen innerhalb der nächsten 40 Jahre um 80% zu reduzieren, für reiche Länder, oder global um 50% zu reduzieren, dann kommts drauf an, welche Annahmen wir treffen usw. Aber letzten Endes gehts darum, im Prinzip kohlenstofffrei zu produzieren. Und das innerhalb von 40 Jahren zu schaffen. Es kommt darauf an, welche Bevölkerungsannahmen wir treffen, ob wir von 7 Mrd. auf 8 Mrd. oder von 7 Mrd. auf 10 Mrd. Menschen wachsen, wie die Einkommensentwicklungen sein werden, obs das Trendeinkommen ist, also ob wir weiterhin akzeptieren, dass es eine Kluft zwischen Arm und Reich gibt, oder ob wir eigentlich möchten, dass die Armen mehr nachziehen bezüglich des Einkommens. Ob sie ungefähr auf ein europäisches Niveau von 2007 kommen sollen, das war zum Beispiel ein Modellannahme, und obs in reichen Ländern auch noch immer Wirtschaftswachstum geben soll. Wenn dem so ist dann ist es im Prinzip kohlenstofffreies Produzieren, das ist das, was erforderlich ist. Innerhalb von 40 Jahren. Das ist eine irrsinnige Herausforderung! Deswegen werde ich ein bisschen nervös wenn mir Politiker sage, oder Unternehmer sagen, ja, jetzt haben wir es geschafft, um 2% haben wir unsere Energieeffizienz erhöht, wunderbar! Das ist nicht das Ausmaß, das wir brauchen, es ist eine gravierende Veränderung in den Produktionsprozessen und das ist natürlich auch eine Designaufgabe. So stell ich es mir vor.

Also Wirtschaftswachstum für reiche Länder ist ein bisschen ein Luxus. Das ist sehr unbequem, denn unsere sozialen Institutionen sind auf Wirtschaftswachstum ausgerichtet, das Pensionssystem, Bildungssystem, Arbeitsmarkt, Sozialsystem. Aber wenn wir Platz machen wollen,

für arme Länder, dass die wachsen können um aus der Armut rauszukommen und wir trotzdem innerhalb der biophysischen Grenzen bleiben, möchten, müssen. Dann ist es – außer wir schaffen eine Wunderwuzzitechnologie, und wenn wir die Wunderwuzzitechnologie schaffen, dann let's throw a party! – Aber darauf zu vertrauen, dass wir sie finden ist sehr risikofreundlich. Das ist eine Selbstmordstrategie, potentiell. Das heißt ich würde eher vorsichtig sein bezüglich dessen, was ich von Technologie erwarte und mir deswegen überlegen: kann sich Wirtschaftswachstum ausgeben, und wie müssen wir unser Verhalten verändern. Und dann war schon der nächste Ansatzpunkt, bezüglich Verhaltensveränderungen, worüber wir uns in der Ökonomie natürlich auch Gedanken machen, da gibt es ein eigenes Feld, das heißt Verhaltensökonomie, wo wir von Psychologen, Sozialpsychologen, Soziologen versuchen zu lernen. Ein paar Elemente die da wichtig wären, ist einerseits, Preise informativer machen. Das habe ich schon argumentiert, aber das wäre natürlich auch bezüglich Verhaltensveränderung hilfreich. Positive Beispiele hervorheben. Einer der Forschungsstränge an unserem Institut ist zum Beispiel *social and sustainability entrepreneurship*. Ich bin Volkswirtin, also normalerweise bewege ich mich nicht auf der Unternehmens-ebene, und in der ökologischen Ökonomie haben wir auch die Tradition dass wir eher auf Haushaltsebene analysieren und Vorschläge machen, und in der Policy Ebene analysieren und Vorschläge machen, weil da sehen wir wie sich Veränderungen ergeben können, und die Unternehmen sind die bad guys. Naja, sie machen schon vieles nicht ganz so nachhaltig wie es sein sollte, aber um wirklich Veränderungen anzustoßen müssen wir die Unternehmen schon auch mitnehmen. Ganz klar. Und deswegen haben wir auch angefangen im Unternehmensbereich Forschung zu betreiben, aber immer auf der gesellschaftlichen, aus der volkswirtschaftlichen Perspektive. Und da gibt es faszinierende Beispiele für sustainability Entrepreneurship. Also ganz tolle Individuen, die etwas auf die Beine gestellt haben. Meist sind es kleine Initiativen, aber es sind auch schon mittlere Unternehmen geworden. Und diese versuchen wir zu verstehen, wir versuchen zu lernen davon, wie schaffen es die Unternehmen in einem relativ artdiversen Kontext, denn die relativen Preise widersprechen eigentlich ihrem Unternehmenszweck. Sie versuchen nicht die Gewinne notwendigerweise zu maximieren, sondern sie haben so ein komisches Prinzip wie, es reicht, es ist genug, ich komm damit aus. Ich schaffe es weiterhin wirtschaftlich erfolgreich zu sein aber ich muss nicht immer das Maximum herausholen. Aber es ist mir wichtig, eine sozial und ökonomisch regenerative Ökonomie zu schaffen, innerhalb meines kleinen Kontextes. Und das ist toll, da kann man was lernen davon. Also da versuchen wir Beispiele zu identifizieren, da versuchen wir zu schauen, wie die das dann schaffen und sich anzuschauen, was bräuchte es, damit sie noch größer, wichtiger, häufiger werden könnten. Also das Positive hervorheben und feiern.

Gutes Design muss sich auszahlen, wäre ein weiterer Punkt aus der Ökonomie. Derzeit zahlt sich das oft nicht aus. Es zahlt sich auch Recycling oft nicht aus. Vor kurzem eben auf dieser Tagung, wo ich so viel über Abfall gelernt habe, habe ich zum Beispiel gelernt, dass ein Problem beim Auseinandernehmen von Fernsehern ist, dass die 12 bis 20 verschiedene Arten von Schrauben drin haben. Das macht das Auseinanderschrauben irrsinnig schwierig, und das macht dann Recycling nicht mehr ökonomisch. Naja. Das ist ziemlich blöd, wieso brauchen die 12 bis 20 verschiedene Schrauben? Also ich hab keine Ahnung von Fernsehdesign, das ist ganz klar. Aber ich kann mir nicht vorstellen, dass es essentiell ist, dass man da so unterschiedliche Schrauben nimmt. Ökonomisch macht das aber einen gravierenden Unterschied, weil der

dann beim Auseinanderschrauben nicht eine viertel Stunde braucht, sondern vielleicht nur 5 Minuten. Das ist bezüglich der Arbeitszeit und der Arbeitskosten natürlich recht wichtig. Wieder, wenn die Arbeitszeit billiger wäre und die Ressourcen teurer wären, dann würde sich das viel schneller rechnen. Also die relativen Faktorpreise sind wichtig. Es wurde schon über „Nodge“ gesprochen, also die kleinen Anstöße die hilfreich sind manchmal um in die richtige Richtung zu gehen. Ich meine aber auch, dass die Strukturen sich ändern müssen. Also auf der einen Seite treffen schon die Individuen letztlich die Entscheidungen – aber vieles von dem was wir tun, ist bewusst oder unbewusst, durch unseren sozialen Kontext, nicht determiniert, aber zumindest ganz stark mitbeeinflusst. Feedback ist ganz essentiell. Ökonomisches Feedback aber auch Information. Ich habe in einer Richtlinie gelesen, dass die *Smart Meters* in Österreich ohne Display ausgeliefert werden. Wenn das stimmt, dann ist das eine absurde Idee sondergleichen, weil wozu sind die denn smart, wenn sie darüber nichts sagen? Angeblich soll man sich dann mit dem USB-Stick die Infos runterladen und am PC anschauen. Also ich weiß nicht, welcher Anteil der Bevölkerung das tun würde, und daraufhin sein Verhalten verändern würde. Und wahrscheinlich sind die paar Leute die es tun sowieso solche Freaks, die das eh alles schon optimiert haben. Also ich hab da Schwierigkeiten mit dieser Vorstellung. Mir gefallen eher Lösungen wie bei unserem schottischen Wasserkraft-lieferant. Als wir in England gelebt haben hat uns dieser irgendwann in der Post ein kleines Gerät geschickt, um das wir nicht gefragt hatten. Es kann nicht teuer gewesen sein, denn er hat uns nichts verrechnet. Das war so ein kleines Gerät mit einem Display, das hat man in die Steckdose eingesteckt, und das hat einem immer angezeigt wie der Energieverbrauch derzeit im Haushalt ist. Und wir haben das am Küchenfenster hingestellt und sobald wir den Teekocher angeschaltet haben ist es in die Höhe geschnellt. Dann hab ich mal probiert den Tee am Induktionsherd zu machen. Und es ist wieder in die Höhe gegangen, aber bei Weitem nicht so viel. Interessant. Direktes Feedback. Ganz simpel. Das kann nicht teuer gewesen sein, dieses Ding. Ich glaub eher, dass wir so etwas brauchen, als superintelligente Dinge, die irgendwo am Gang draußen sind und dann nicht einmal ein Display haben, auch wenn wir es mit flashy Software dreidimensional vielleicht uns anschauen könnten; das passiert nicht. Wir brauchen die Information zum Zeitpunkt an dem die Entscheidung getroffen wird. Und who pays for sustainable design war noch eine Frage. Ich glaub, dass es alle sein müssen. Natürlich, letzten Endes zahlen die Konsumenten, aber ich glaube auch, dass es öffentliche Unterstützung braucht, dass es gesellschaftliche Unterstützung braucht, um zu signalisieren, dass das wichtig ist, und dass die Unternehmen in die Pflicht genommen werden müssen. Zu Unternehmen: einerseits höre ich von Unternehmen radikalere Töne bezüglich Umwelt als von Politikern dieser Tage. Mag sein, dass ich einen ziemlich biased sample von Unternehmen treffe, das gebe ich zu. Aber ich treffe auch hauptsächlich die Umweltpolitiker, also ist das insofern auch ein biased sample. Ich glaube wenn man Unternehmen ganz klare Leitplanken vorgibt, wenn man ihnen langfristig sagt in welche Richtung es geht, dann ist aus diesem Bereich sehr viel Änderung, sehr viel Spannendes möglich und man kann die Unternehmenspläne darauf einstellen. Also wir brauchen entschiedenere Politik als wir sie heute haben, bezüglich Materialverbrauch, bezüglich Klima usw. damit sich nachhaltiges Design endlich auszahlt.

DISKUSSION

- HG** Vielen Dank, wir werden jetzt noch ein bisschen am Podium reden, nicht mehr allzu lange und werden dann das Wort ans Publikum weitergeben. Denn es sind ja sehr interessante Menschen heute da, und es gibt sicher sehr viele Fragen, die sich aus diesen Eingangsstatement ergeben. Aber es haben auch alle am Podium heftig mitgeschrieben, vielleicht geb ich in der Reihenfolge jetzt an Dich weiter.
- UT** Ich hab das Gefühl, dass wir uns alle so einig sind, deswegen weiß ich jetzt gar nicht genau... Ich bin ein bisschen erstaunt, dass Sie selbst Österreich als ein nicht so fortschrittliches Land in diesem Kontext einschätzen. Zumindest hab ich das so ein bisschen rausgehört. Und ich komm halt jetzt aus Amerika im Moment und da sind... also Amerika ist ein Land der Extreme, es gibt ganz tolle Initiativen und es gibt ganz viele die irgendwie gar nichts machen und ich hatte persönlich Österreich sogar fortschrittlicher als Deutschland eingeschätzt, zumindest so in den 90er Jahren. Aber es kann natürlich sein, dass sich das jetzt verändert hat. Vielleicht ist das jetzt noch eine Frage, wie Sie Österreich jetzt im internationalen Vergleich sehen. Also sowohl was nachhaltiges Design angeht, als auch Politik, das würde mich persönlich interessieren.
- GG** Ich kann kurz versuchen was dazu zu antworten. Es mag damit zu tun haben, dass wir jetzt grad die Klimakonferenz in Durban haben und da Österreichs Klimabilanz einfach derartig schlecht ist, also ich glaub weiter als Österreich hat kein anderer Staat in der EU die Kyoto-Ziele verpasst. Was wir in den 90er Jahren teilweise waren, nämlich Vorreiter, da muss man ehrlicherweise sagen, das sind wir nicht mehr. Es ist schon noch Teil der Rhetorik vieler österreichischer Politiker aber die Bilanz ansonsten ist nicht so positiv, wobei ich natürlich... Wir müssen natürlich aufpassen, dass wir nicht ins Jammern, ins complaining reinkommen, auch wenn man glaub ich in den USA mancherorts dafür berühmt ist, dass man immer *complained*. Es gibt natürlich auch viele Bereiche wo wir positive Beispiele haben, ich hab eh schon die Architektur erwähnt. Kürzlich bei einer Konferenz in Washington wurde Güssing erwähnt, ja ihr habt doch Güssing, das ist doch so super... Also wir haben regional gute Beispiele. Mein Gefühl ist, je lokaler wir schauen, desto positivere Aspekte haben wir, weils auf der Ebene möglicherweise leichter ist Sachen und Projekte umzusetzen, modellhaft zu arbeiten. Das funktioniert auch ganz gut, auch wenn ich mir Förderinstitutionen anschau wird oft sehr modellhaft herangegangen – Klima- und Energiefonds zum Beispiel. Dann gibts in einigen Bundesländern auch tolle Programme, ich hab mir jetzt die Energie-Autarkie-Bestrebungen angesehen, da gibt es wirklich couragierte Pläne: Burgenland 2014, 100% des Stroms aus erneuerbarer Energie, Niederösterreich 2015 das gleiche. Im Wärmebereich tun wir uns ein bisschen schwieriger und in der Mobilität sowieso. Und dann je breiter wir werden und auf die nationale Ebene kommen desto schwieriger ist es und desto schlechter schaut es aus. Aber, stimmt, man soll nicht nur negativ sehen, aber es gibt schon Bereiche in denen wir zurück gefallen sind, ehrlicherweise.
- HG** Es gibt in Nachhaltigkeitsüberlegungen so ein Paradigma, das ist auch kein Neues, da gehts um das Lokale. Ist das irgendwie eine Strategie, ist das was du gesagt hast, so auf persönlicher mittelbarer Ebene diesen Wandel herbei zu führen oder macht das in großem Maßstab mehr Sinn? Was dahinter steckt ist, wie auch bei vielen Kommunen, so ein Begriff der auch jetzt häufig genannt wird, die Resilienz, also Systeme zu schaffen, die so gegen Angriffe von außen irgendwie ein bisschen sta-

biler sind. Also dass man sich vorstellen kann, wenn der Strom ausgeht, dass in der kleinen Gemeinde dann der Strom nicht ausgeht. Sind das gute Strategien?

SS Also prinzipiell sich auf das zu besinnen was man vor der Haustür hat an Ressourcen und Möglichkeiten und die so gut wie möglich zu nutzen und auch so zu wirtschaften, dass die Ressourcen vor der Haustür regenerativ genutzt werden, das heißt nicht ausgebeutet werden, macht natürlich Sinn. Im Denken lokal zu bleiben ist problematisch. Aber das ist ein altes Paradigma der Nachhaltigkeitsbewegung. Es ist auch nicht immer nur so, dass das was lokal ist, das Bessere ist. Man kennt das von der Food-Mile-Diskussion. Das ist normalerweise das was bei den Konsumenten, Konsumentinnen hängen bleibt, ich sollte das konsumieren was so nahe wie möglich bei mir produziert wird. Nicht immer. Weil wenn man sich die Daten dahinter anschaut, kann es sehr wohl Sinn machen, dass Bananen mit dem großen Schiff hertransportiert worden sind, und die mögen eine bessere Energiebilanz haben und einen besseren, geringeren ökologischen Fußabdruck haben, als die Himbeeren die im Glashaus in Gänserndorf produziert wurden, weil das halt mit fossilen Brennstoffen befeuert wurde usw. Es ist auch manchmal komplizierter als das, dass es nicht nur ausreicht, sich auf Food-Miles oder ganz simple Indikatoren zu fokussieren. Leider, um so einen Carbon Instinct, ein ecological literacy zu entwickeln, brauchts oft ein bisschen mehr Information, brauchts ein bisschen längeres Nachdenken denn z.B. haben Studien gezeigt, dass um ein Häupl Salat je nachdem wie das Land bewirtschaftet wurde, also nur wie es bearbeitet wurde mechanisch, werden drei Mal so viel CO2 Emissionen entlassen oder eben das Einfache. Nur danach wie es bearbeitet wurde. Und das sagen uns die Food-Miles nicht aus. Also, klar brauchen wir simple Indikatoren die uns Informationen wiedergeben was Produkte denn so inkorporieren, aber manchmal ist zu einfach irreführend. Prinzipiell ist lokal kein schlechter Anhaltspunkt, aber es stimmt halt nicht immer.

HG Wie kommen wir als Designerinnen und Designer zu diesen Informationen die uns helfen, dass da wo wir eigentlich sind, nämlich nicht hinten beim Müll, sondern da wo wir sind, vorne anzusetzen; dass eigentlich bis zu 80% der Umweltauswirkungen schon im Designprozess angelegt sind, letztlich. Wie können wir zu diesen Informationen kommen? Es scheint ja so zu sein wie beim Öl, dass die Ölfirmen auch gar nicht daran interessiert sind diese Informationen raus zu lassen. Bei den Firmen scheint noch immer ein ganz altes Denken zu sein, wenn eine Firma die Strom verkauft, meint, dass es immer gescheiter ist, wenn die Leute nicht wissen was sie verbrauchen. In dem Buch „Faktor Vier“ von Ernst Ulrich von Weizsäcker und den Lovins²⁰ sind so 50 Beispiele drinnen wie man das irgendwie – diese Gewohnheiten, wie wir denken – wie wir das durchbrechen können und sinnvolle Lösungen finden können. Da gibt es das Beispiel von den kalifornischen Wasserwerken, die WCs verschenkt habe. Die sind zu den Türen gegangen und haben angeklopft und haben gesagt, wollen Sie ein nagelneues WC. Und der Witz daran war, die haben einfach weniger Wasser verbraucht und da kommen wir irgendwie drauf, dass man einfach gänzlich umdenken muss. Also ich glaub schon, dass die Informationen so ein wichtiger Punkt sind, weil ich auch so ein bisschen das Gefühl hab, dass vielleicht in den letzten 20 Jahren, was auch am Podium so ein bisschen als das Appellative genannt wurde, dass wir jetzt in eine Phase des Besser-Wissens kommen.

²⁰ Weizsäcker, Ernst Ulrich von; Lovins, Amory B.; Lovins, L. Hunter (1996): Faktor Vier: doppelter Wohlstand - halbiertes Naturverbrauch; der neue Bericht an den Club of Rome. Wien : Buchgemeinschaft Donauland [u.a.]

Also viele Dinge, die wir noch geglaubt haben, dass sie besser sind, bei denen stellt sich mit zunehmendem Wissen, auch von Zahlen, heraus, dass das nicht so ist. Und da kommt auch das Eco-Design ins Spiel, dass Dinge die man sich so schön ausdenkt, wenn man sie dann im Computer einklopft, gar nicht mehr so sind.

UT Ich möchte so gerne was dazu sagen. Weil das ist genau das Thema mit dem ich mich beschäftige. Ich unterrichte ja an vielen verschiedenen Hochschulen, jetzt im Moment in Amerika, Designer und Kreative und sogar Ökonomen. Und versuche denen innerhalb von einem oder zwei Jahren Sustainable Design beizubringen. Und zum einen bin ich manchmal etwas schockiert wie Designer manchmal überhaupt arbeiten; recherchieren, oder teilweise eben nicht recherchieren, lesen oder eben nicht lesen. Ein Produkt gestalten aufgrund eines Bauchgefühls, weil sie denken, das sieht gut aus, noch nicht mal Zielgruppenforschung betreiben und dann mit diesem Enthusiasmus den sie haben rausgehen in die Welt und Lösungen vorschlagen und dann sagen, hey ich hab ein sustainable Produkt designt. Und wenn man dann ein kleines bisschen unter die Oberfläche schaut, dann merkt man, dass dieser Schuss total nach hinten losgeht. Also mein Lieblingsbeispiel, ich muss es jetzt mal erwähnen: Window Farms - vielleicht kennen sie diese Website windowfarm.org, wo eine junge Designerin aus New York, Britta, sich in ihrer Abschlussarbeit ausgedacht hat, oh, wir haben ja alle keinen Garten, wir müssen aber unsere Lebensmittel selber produzieren, das ist ja nachhaltig, und so machen wir Window Farms, wir nehmen alte Plastikflaschen, schneiden die auseinander, machen so ein Bewässerungssystem und Erde da rein, Gemüse und Kräuter wachsen da an meinem Fenster. Wunderbar, super sustainable, ja, stimmt doch, oder? So auf den ersten Blick. Wenn man dann aber ein bisschen mehr über die Materie weiß und sich ein kleines bisschen über die Nachhaltigkeit von Materialien informiert hat, und da gibt es zahlreiche Bücher, da gibt es zahlreiche Websites; da muss man nur einmal die Motivation haben mal ein kleines bisschen, innerhalb von einer Stunde, im Internet zu suchen, dann weiß man, dass diese Polyethylen-Flaschen und diese Polycarbonat-Flaschen Ausdünstungen haben, wie Antimon, Disphenyl A, und andere Stoffe, die Endokrine Disruptoren sind, also in unser Hormonsystem einwirken und Krebsregend sind. So. Was die gute Frau macht: mit ihrem Vorschlag Window Farms vergiftet sie ihre Kunden, nachhaltig. Ja, und dann gibts weniger Menschen auf der Welt und wir haben weniger CO2 Ausstoß, so. (Lachen) Was mich sehr schockiert, dass manchmal diese Naivität, mit der Designer sagen, ja wir machen jetzt auch nachhaltiges Design; oder sogar meine professionellen Berufskollegen, die sagen unser Büro macht jetzt nachhaltiges Design, die haben keine Ahnung! Und wenn sie was machen, dann ist das so ein Schnellschuss mit dem guten Glauben, was Gutes zu tun. Aber sie haben keine Stunde in Recherchen investiert, sie sind nicht Mitglied von irgendeiner der großen Organisationen die es da draußen gibt, Die sich gegenseitig helfen solche Informationen zu verbreiten. Die wissen nicht wie man eine Lebenszyklus-Analyse macht, die haben keine Datenbank usw. usw. Und das ist natürlich etwas, was hochgefährlich ist, weil das sind dann die Leute die da rausgehen und das ganze Image des nachhaltigen Designs extrem gefährden, weil solche Projekte dann von Medien groß verbreitet werden. Und gleichzeitig, wenn man nur ein kleines bisschen wissenschaftliches Wissen im Hintergrund hat, dann weiß man ganz genau, dass das ein wirklich schlechtes Projekt ist, ja. Und wenn das das neue Sustainable Design ist, dann ist das einfach nicht hilfreich. Es hilft der ganzen Bewegung nicht. Und das ist aber eine Bringschuld der Designer, die sich ja auch so über Produktionstechno-

logien informieren müssen, über Ergonomien, die sich über Materialien und Farbstoffe und ich weiß nicht was informieren müssen. Das muss man einfach machen! Man muss dann mal ein Buch lesen, so eins zum Beispiel (...) ²¹ man muss dann mal auf eine Internetseite gehen, man muss bei O2 ²² Mitglied werden, der Ökodesignorganisation im Internet, und man muss dann auch mal Fragen stellen, und vielleicht muss man auch noch ein Praktikum machen in einem Büro, das so was schon längere Zeit macht. Also es ist nicht so trivial. Und das ist genau das Thema. Informationen über Nachhaltigkeit können eben komplex sein, und wenn ich mir die nicht hole, als Designer, und dasitze und warte, wer sagt mir das denn jetzt, und nicht rausgehe und recherchiere, dann kann der Schuss einfach nach hinten losgehen.

SS Ich wollte nur was kurz, ähnlich wie die neuen Klos da in Kalifornien erzählen. Im Prinzip haben die Briten das gleiche gemacht mit gasboilers. Also Gasdurchlauferhitzern, vor ein paar Jahrzehnten, als sie umgestellt haben von Kohle auf Gas. Die haben Straße für Straße systematisch – im Prinzip relativ unpartizipativ, haben sie gesagt, schau, da ist dein neuer Gasboiler, du musst fast nichts dafür bezahlen, und außerdem ist es sauberer, außerdem ist es billiger und außerdem machen das jetzt alle. Punkt. Und oh Wunder, sie haben alle mitgemacht, weils angenehmer war, weils automatisiert war im Vergleich zu Kohle usw. Man hat ein bisschen in diese Richtung auch etwas versucht indem die britische Labour-Regierung vor ein paar Jahren die Elektrizitätsunternehmen dazu verpflichtet hat einen gewissen Anteil der Haushalte, vor allem ältere senior citizens, die halt mit den Energiekosten gekämpft haben, dazu verpflichtet, dass sie denen die Isolierung von Häusern zahlen. Also da hat es Maßnahmen gegeben, wenn du ein gewisses Alter erreicht hast, und in einem gewissen Typ von Haus wohnst, also wo die Isolierung relativ leicht machbar ist, dann zahlt dir das E-Unternehmen, das Gasunternehmen die Isolierung am Haus. Und das haben total wenige angenommen. Weil es nicht zusammenpasst. Die alten Leute, die alle etwas misstrauischer sind, haben sich gedacht, wieso soll mir das Gasunternehmen die Isolierung am Haus zahlen, dann verbrauch ich weniger Gas, das ist nicht logisch. Also das war nicht Anreizkompatibel. das hat einfach nicht zusammengepasst. Das hätte eine NGO, oder der Staat hätte irgendeine Organisation gründen sollen, die von den Unternehmen bezahlt wird, und die dann auftritt und praktisch die Isolierungen übernimmt, oder organisiert oder was auch immer. Aber so hat es nicht zusammengepasst, und deswegen wars ein ziemlicher Flop. Die Elektrizitätsunternehmen haben sich sehr geplatzt diese Ziele zu erreichen, ziemlich desperate measures dann unternommen, weil sie gesetzlich verpflichtet dazu waren. Aber, man kann schon überlegen, welche größeren institutionellen Veränderungen denn dazu führen würden, dass sich Eco Design oder Sustainable Design auszahlt. Und eine Veränderung wäre z.B. wenn eben die Produkte die wir haben, Laptops oder was auch immer, nicht uns gehören, sondern wir die nur ausborgen würden.... Ui, Privateigentum angreifen, buh, wäh, das ist nix, da haben wir dann ja Kommunismus. Nein ernst genommen: Natürlich würde das die Anreize deutlich verändern wer sich verantwortlich fühlt für die Produkte. Wenn der Hersteller am Schluss wieder mit dem Produkt konfrontiert ist, oder auch zwischendurch, wenn irgendwas passiert – so wie heute Nacht, ist mein Computer plötzlich spyware mullware, ich weiß nicht was alles dahergekommen ist. Zum Glück

21 Tischner, U. et al, Was ist Ecodesign, Basel: Birkhäuser Verlag, 2000 (kann nur noch über Amazon bestellt werden), http://www.amazon.de/Was-ist-EcoDesign-Ursula-Tischner/dp/3764368128/ref=sr_1_3?s=books&ie=UTF8&qid=1330533652&sr=1-3

22 <http://www.o2.org/index.php>

aber gehört er der Uni. Ich liefere ihn hin und die liefern ihn mir wieder zurück. Aber wenns mein privater Computer gewesen wär, wärs viel komplizierter gewesen. Ist doch fein, wenn es da eine Institution gibt, oder eine Herstellerfirma oder irgendeine andere Firma, die sich verantwortlich fühlt für das Ding und mir die Daten rüberspielt, zack, und schon krieg ich einen neuen Computer. Ist mir ja egal, ob das genau das gleiche Gerät ist oder nicht. Und am Schluss fühlen sie sich auch verantwortlich mit dem Ding wieder umzugehen, und dann haben sie es vielleicht schon so designed, dass es sich auszahlt, aus dem Ding wieder etwas zu machen. Denn die letzten drei Laptops haben von außen fast genau gleich ausgesehen. Ja, von innen sind die Rechner schon ein bisschen schneller geworden und die Grafikkarte besser und bla bla bla. Aber außen haben die ziemlich ähnlich ausgesehen. Also es gab keinen Grund weshalb die immer weggeschmissen werden. Also ich glaub, dass Eigentumsrechte diesbezüglich schon etwas verändern würden. Bei Autoleasing funktioniert zwar, dass wir Leasingverträge haben, aber es funktioniert nicht, dass die dann am Ende besser damit umgehen. Aber es gibt ja die berühmte Teppichfirma²³, die immer daherkommt wenns um diese Dinge geht, und ich hab keine Ahnung wieso sich das nicht mehr durchsetzt, außer die relativen Faktorpreise, die ich vorhin schon genannt habe, weswegen es sich nicht auszahlt.

GG Also das Sharing ist glaube ich wirklich großes Thema auch in den USA, da gibt's so eine Sharing-Bewegung, süffisant würd ich anmerken: „Mein Auto könnt's haben aber mein Notebook net!“ (Lachen) Etwas noch auf die Frage von Harald vorher, was mich manchmal überrascht, ist, ja obwohl wir alle übers Netzwerken reden in den letzten Jahren und die Netzwerk-Analyse ist auch eine Methode die immer breiter wirksam wird. Trotzdem habe ich oft das Gefühl, dass die unterschiedlichen Bereiche in ihren eigenen Netzwerken ziemlich verharren. Einzelne Veranstaltungen ausgenommen, wie erfreulicherweise heute Abend, aber ich merke, dass sich in Energieveranstaltungen oft die Energiefuzzis treffen, zwar da und dort sich mit einzelnen anderen Aspekten beschäftigen aber – Gebäudeaspekte waren jetzt schon die Ausnahme die in der Kammer mitgelaufen sind – mit Designaspekten kaum, und dann in anderen Bereichen merk ich es auch. Also diese Cross-Networks sind relativ wenig entwickelt, ist mein Eindruck. Und da könnte man schon einiges dazu beitragen und konkrete Projekte entwickeln und z.B. auch die Institutionen in die Richtung motivieren und bewegen, dass sich da was tut. Ich erinnere mich, ich glaub vor einem Jahr war das, da war die Post-Oil-Cities Ausstellung, die ziemlich gut war, im Semperdepot, und da waren so ein paar Veranstaltungen mit Schwerpunkt Stadtplanung und Stadtentwicklung. Da waren wahnsinnig viele Leute, aber die ganze Energiedebatte ist in der Diskussion völlig an denen vorbei gegangen, hab ich das Gefühl gehabt. Und zwei Tage vorher war eine Energiediskussion, da war die ganze Frage der Stadtentwicklung und der Stadtplanung überhaupt nicht inkludiert. Das klingt total plump, aber es ist immer noch so, dass diese Integration von Kompetenz unterschiedlicher Netzwerke, dass die nicht sehr weit fortgeschritten ist. Und das könnte möglicherweise ein Ziel sein, das voran zu treiben.

HG Bevor wir ans Publikum weitergeben möchte ich noch ganz gern einen Aspekt beleuchten – weil du ja gesagt hast, man solle mal eine Stunde ins Netz schauen, und dann kommt man irgendwie weiter. Also ich kann aus eigener Erfahrung berichten, dass es so einfach nicht ist. Ich kann auch aus der Erfahrung mit Unternehmen berichten, dass die zum Teil

irgendwie drei Mann, drei Jahre brauchen um in ihrem Unternehmen das Life-Cycle-Assessment zu implementieren, dass dann irgendwie zum Schluss von einem Produktentwicklungsprozess eine Environmental Product Declaration rausbringt. Das ist im Grunde so ein Zettel auf dem die Umweltfaktoren aufgelistet sind, die während des gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder eines Services entstehen. Und ich denk schon, dass das eine sehr sehr komplexe Geschichte ist, wo es auch sehr viel Know-How braucht, wo das auch sicher sehr nützlich ist, wenn bei den Designern auch das nötige Bewusstsein da ist, und man kann auch sicher ohne Zahlenschiebereien sinnvolle Beiträge liefern, nur ob die dann auch wirklich relevant und signifikant das Produkt verbessern weiß man eigentlich erst, wenn man diese Zahlen vor sich liegen hat. Und ich denk schon, dass das auch in Bezug aufs Design ein wirklicher Paradigmen-Wechsel sein wird, dass man wieder rechnen lernen muss, vielleicht.

(Lachen)

- UT Also das ist mein tägliches Brot. Mein Unternehmen econcept, wir machen genau das. Mit Designern und Designbüros und Unternehmen; und wir machen immer so viel wie möglich in der Zeit, die wir im Produktentwicklungsprozess zur Verfügung haben. Und manchmal ist das dann eben nur eine qualitative Checkliste wo wir uns einfach den Lebenszyklus anschauen, also die gesamte Entstehungsgeschichte und die Gebrauchsphase und was möglicherweise nach dem Gebrauch mit dem Produkt passieren könnte. Und versuchen da so viel wie möglich einfach zu recherchieren und zu bewerten, so weit wir das wissen, und manchmal nutzen wir ein Softwaretool wie *SimaPro*²⁴ oder andere Life-Cycle-Assessment-Software und manchmal benutzen wir ein online-tool, da gibt's eins das heißt *Sustainable Minds*.²⁵ Da kann ein Designer ohne Mathematikkenntnisse zu haben, Szenarien für verschiedene Produkte anlegen und die werden dann verglichen im Sinne von Carbon Footprint und im Sinne von Ressourcenverbrauch und von Toxizität usw. Das macht das System für uns, das müssen wir nicht selbst machen. Also man muss nicht immer die totale wahre wissenschaftliche Methode anwenden, aber muss zumindest mal diese Life-Cycle-Thinking Perspektive im Kopf haben und so viel wie möglich und so genau wie möglich anschauen in dem Designprozess den ich vor mir habe. Und wenn ich dann nur eine Woche Zeit habe, dann ist es nun eben mal qualitativ und wenn ich aber mit dem Unternehmen lange zusammenarbeite, dann kann ich so eine Methode ja auch praktisch formalisieren. Also dann kann ich sagen, wir machen im Produktentwicklungsprozess eben immer mal das, nicht in jedem Projekt aber in jedem dritten. Einfach um zu gucken wie wir uns da fortbewegen in unserer Energieeffizienz usw. Und das wird dann wie Ergonomie. Das wird dann ein ganz selbstverständliches Element in jedem Gestaltungsprozess. Wir sind da noch nicht, aber es ist auch keine Zauberei mehr. Also wir haben die ganzen Tools und die Methoden, wir müssen sie nur anwenden. Wir haben die ganzen Datenbanken über Umwelteinflüsse von verschiedenen Materialien, die sind nicht immer so, dass ich mein ganz spezielles Kunststoff xy da drin finde, aber die sind zumindest so, dass sie mir sagen, ok PVC im Vergleich zu Polyethylen im Vergleich zu Polypropylen, aber du hast jetzt hier einen thermoplastischen Kunststoff, der ist so ähnlich wie das... Und dann kann ich da schon was lernen, aus dieser Datenbank. Also, ich bin immer erstaunt wie wenig Leute über diese Dinge wissen. Die sind alle da. Man muss sie eigentlich nur kennenlernen und dann in seine

24 <http://simapro.de/index.html>

25 <http://www.sustainableminds.com/>

Routine als Designer integrieren. Das ist gar nicht mehr so unglaublich schwierig. Finde ich – ich mach das jetzt auch schon seit 15 Jahren.

HG Also ich glaub die Motivation bei den Designerinnen und Designern wär zweifellos da, ob das Feedback-System mit der Belohnung schon da ist, das ist die Frage, nicht. Aber vielleicht geb ich an der Stelle mal ins Publikum.

Publikum: Mein Name ist Anton Falles, ich bin Architekt. Ich möchte gerne auf die Belohnung zurückkommen und das Life-Cycle-Thinking, das Sie angesprochen haben. Die Belohnung funktioniert noch nicht richtig. Also das Problem das ich im Moment sehe ist das – Sie haben das mit dem Computer kurz angesprochen, sich mit dem Ende des Produktes zu beschäftigen. Also es ist in unserer Branche z.B. wahnsinnig schwer, den Bauherren irgendwie verständlich zu machen, dass sie einen Großteil ihrer Zeit und ihrer Gedanken damit verschwenden, aus Sicht der Bauherren, sich mit dem Ende einer Investition auseinander zu setzen. Also das ist glaub ich nur schwer zu transportieren, und da glaube ich hat man auch im Moment ein großes Problem mit der Belohnung. Also es ist im Moment sehr schwer, da den Bauherrn mit ins Boot zu holen. Danke. (Lachen)

SS Ja natürlich kann man sich Politikmaßnahmen überlegen, z.B. Performance Bonds. Wenn man eine Technologie nutzt, bei der man noch nicht weiß wie sie sich auswirken wird, dann würde man sozusagen einen Bond niederlegen, und erst wenn sichergestellt ist, dass die nicht so gravierende oder gar keine Auswirkungen hat, dann kriegt man das Geld zurück. Und so etwas könnte man natürlich auch in der Architektur einsetzen, welche Technologie man auch immer verwendet, erst wenn sichergestellt ist, dass das Ding ordentlich zurückgeführt ist, dann kriegt man sein Geld zurück. Ein Einsatz sozusagen, eh nichts Ungewöhnliches. Nur beim Haus müsste es etwas größer sein, vermutlich. Ist halt in einer schwierigen Phase, ich bin vor Kurzem selbst Häuslbauerin gewesen und (Lachen) das ist in einer Phase in der es recht knapp ist, aber das ist alles eine Frage der Finanzierungsinstrumente, da haben wir Leute die sich das ausrechnen könnten, wie man das clever einbauen kann in die gesamte Finanzierung von Hypotheken usw.

GG Ganz kurze Antwort. Also ich glaub, das Problem das wir oft haben, ist, mit welchen Instrumenten geht Politik um, und kann Politik tun und umsetzen, und wir haben prinzipiell Instrumente über Ge- und Verbote, aber auch andererseits über Anreize und Mechanismen bei der Förderung. Ich arbeite relativ eng mit der MA20 Energieplanung zusammen und also im Baubereich wunder ich mich grad wer nicht aller das Beste Ökopjekt überhaupt hat. Also im Moment ist das ja ein Trend und alle sind superöko, was ja total erfreulich ist, allerdings ist das was sozusagen am Ende steht, was ja nicht nur mit dem Endprodukt gegeben ist, sondern auch mit der Perspektive wie viele Jahre steht ein Gebäude, wenn wir uns grad in Wien anschauen, die guten alten Gründerzeitgebäude, und dann halt die in den 70er, 80er Jahren errichtet wurden – ich meine, die WU ist ein großartiges Beispiel – es ist eine Schande, dass dieses Gebäude im Grunde genommen nicht mehr in der Form nutzbar ist und eine Lebenszeit von ich weiß es nicht auswendig 30 Jahre hat. Aus damaliger Sicht kann man sagen, ok, da hat es Gründe gegeben warum das so errichtet wurde, aber so darf man eigentlich nicht mehr bauen. Aber das ist ein schwieriger Prozess, das zu verankern und instrumentell zu verankern und zu sagen, hey, du denkst jetzt nicht nur an den aktuellen Raumwärmebedarf, sondern wie lang

hat dieses Gebäude zu stehen, und was ist damit in 50, 60 Jahren. Da stoßen manche Instrumente auch an ihre Grenzen, ja, weil das ist eine Frage der Überprüfung, etc. Also man kann Qualitäten definieren, aber bei anderen ist es noch schwieriger. Aber es gibt auch da Möglichkeiten. Aber halt wirklich nur dort, wo von öffentlicher Hand entsprechend Instrumentarien gegeben sind.

Publikum: Dankeschön, mein Name ist Barbara Schmon, und ich würde auch gern nochmals bei diesem Belohnungssystem ansetzen. Also ich denke mir, es gibt Bereiche in denen es tatsächlich sehr schwierig ist, in denen diese Belohnung noch fehlt, aber, da denk ich grad darüber nach, wie sollte sich Belohnung denn abspielen? Also als Konsument, ja, wenn ich an den ganzen Verpackungswahn denke, da hat man ja gar keine Alternative, oder? Ich mein jeder von uns ärgert sich, wenn man Dinge nicht aufbekommt; man braucht gar nicht über den Fernseher reden wo 20 Schrauben drin sind, es gibt ja Elektrogeräte die sind so verschweißt, dass man sie gar nicht mehr aufmachen kann. Also die man deshalb auch nicht reparieren kann. Und ich meine, das sind so viele Dinge – worauf wartet man da noch? Also ich bin mir sicher, dass nicht irgendwelche Bürgerinnen oder Bürger dasitzen die sagen, nein ich will nicht, dass man das da wieder aufmachen kann, oder ich will nicht, dass man das noch reparieren kann. Ja. Also da denke ich, worauf wartet man eigentlich?

UT Also ich finde man muss das Thema ein bisschen differenzierter betrachten. Ich kann nicht sagen, dass die Entlohnung für Sustainable Design nicht existiert. Ich arbeite seit 1993 in diesem Bereich und ich lebe davon gut. Also irgendjemand bezahlt mich dafür was ich tue. Ich mache nichts anderes, ich mache nur das. Und ich bin mittlerweile sagen wir mal international auch ein bisschen bekannter in dem Thema, und gefragt und unterwegs, und ich wundere mich immer warum nicht mehr Menschen das tun, was ich tue, denn ich hab fast keine Konkurrenz. Vielleicht haben die das noch nicht verstanden, dass man damit Geld verdienen kann, oder ich weiß nicht woran es liegt, es gibt auch Ausbildungen, erst grade so. Also ich hab mir das damals alles selbst aneignen müssen. Es gibt erst einen Professor in Deutschland, Günter Horntricht, der hat einen Lehrstuhl für Öko-Design in Köln, aber er ist leider immer noch der Einzige in Deutschland. Es gibt wenige Ausbildungsgänge in diesem Bereich für Designer, für Ingenieure gibt es mehr, für Ökonomen gibt es mehr, für Designer gibt es wenig. Und das ist schade. Weil man kann damit Geld verdienen. Ich verdiene damit Geld. Und die Frage ist, was verkaufe ich denn? Ich verkaufe eine professionelle Designleistung, oder eine professionelle Beratungsleistung. Nun, die Leute die zu mir kommen, wissen, dass ich Sustainable Design mache, deswegen kommen die zu mir. Aber ich habe auch Kompetenzen und einen Namen in diesem Bereich. Wenn jetzt also ein Büro XY sagt, wir machen jetzt auch Sustainable Design und die haben nichts anderes nachzuweisen, als sagen wir mal, 20 Jahre Geschichte von Produkten die nicht nachhaltig sind, dann ist es natürlich schwer zu glauben, dass sie mit Kompetenz an dieses Thema rangehen. Deswegen nochmals mein Eingangsstatement, man muss sich da weiterbilden, man muss da Kompetenzen sich erarbeiten und dann kann man mit einem guten Gefühl auf dem Markt diese Kompetenz verkaufen. Und Unternehmen sind da viel weiter als wir das vielleicht glauben oder wissen. Große Unternehmen haben Sustainability Manager in ihren eigenen Reihen, die schaffen Positionen in diesem Bereich. Die suchen nach Designern mit Nachhaltigkeitskompetenz, finden die aber am Markt nicht weil es so wenige Ausbildungsgänge in dem Bereich gibt. Es ist nicht so

hoffnungslos. Und dazu kommt, wir gehen eigentlich immer davon aus, dass Sustainability immer mehr kostet. Das stimmt aber nicht. Ganz oft spare ich Geld. Ich spare Produktionskosten. Ich spare Materialkosten, ich spare und das wäre auch meine Antwort auf Ihr Problem: ich spare Abfallkosten. Ich spare Risikokapital, ich eliminiere Schadstoffe und das alles macht das Leben für das Unternehmen sehr viel leichter. Und die sind natürlich dann die Guten. Das heißt, wenn man die Geschichte erzählt sind die Kunden viel eher bereit das Produkt von so einem Unternehmen zu kaufen wenn es nicht astronomisch mehr kostet, oder vielleicht sogar günstiger ist, als von einem ganz konventionellen Unternehmen. Ich meine, warum konkurrieren im Moment Coca Cola und Pepsi in Amerika um die grünste Flasche? Das ist ein kompetitives Element. Warum ist Tesco der grünste englische Supermarkt? Warum hat Walmart jetzt einen Sustainability Manager? Walmart ist ein unglaublich schlimmes Unternehmen, aber die machen ganz viele grüne Sachen, seit zehn Jahren. Das ist da draußen schon längst positioniert und etabliert, nur wir Designer schlafen. Immer noch ein bisschen.

HG Wer traut sich jetzt noch was sagen?
(Lachen)

Publikum: Florian Scholz mein Name. Also Interface Design könnte man sagen ist mein Kontext. Und mich würde interessieren, vor dem Hintergrund dieser Beschreibungen der Budgetverhandlungen, ökologische Steuerreform; genau so etwas wie dieses dispare, Angst vor Veränderung, behaviour change ist schwierig. Also ich weiß nicht wie es ausschauen könnte, aber so eine Spekulation vielleicht vom Podium, wie würde das aussehen, Policy-Vorschläge so zu designen, dass sie eine Opportunity darstellen, dass sie als Policy-Vorschläge besser annehmbar sind. Fun, Freude machen, also dieses framework auf dem Policy-Vorschlag selber. Den Policy-Vorschlag designen. Das wär meine Frage.

SS Das ist ein kreativer Vorschlag. (Lachen) Es ist jetzt nicht ganz so trivial. Eine Policy-Innovation, die wir in den letzten Jahren gesehen haben, sind handelbare Zertifikate. Aus ökologisch ökonomische Sicht absolut genial. Die ziehen biophysische Grenzen ein und lassen innerhalb dieser Grenzen den Markt den Preis bestimmen für Emissionen, was auch immer. Das Problem, das wir identifiziert haben, seit diese eingeführt wurden, z.B. beim EU-Emissions-Training-Schema, ist, dass es irrsinnig viel Lobbying gibt, und jedes Land dann noch Lobbying gemacht hat und jeder Nationalstaat von den einzelnen Unternehmen gelobbyt wurde. Und letzten Endes viel zu viel Emissionszertifikate ausgegeben wurden; dass sie am Anfang verschenkt wurden, an die verschmutzenden Industrien. Das heißt, da wurde plötzlich Vermögen rüber geschoben, an die Bad Guys aus Umweltsicht, und jetzt kommen die Finanzmarkt-Institutionen rein, und erzählen uns, dass sie eigentlich die Besten sind, die diese Designs sich überlegen können. Naja, die können sicher eins, nämlich sicherstellen, dass eine kleine Gruppe von Menschen recht viel Geld verdient. Aber wie sich das biophysisch auswirken wird, ist offen, meines Erachtens und lässt nicht viel Gutes vermuten. D.h. Institutional Innovations sind auch immer ein ziemlich großes Risiko, weil man kann viel falsch machen. Deswegen, in der ökonomischen Disziplin, setzen wir im Moment eher wieder auf die guten alten Steuern. Sind sehr unbeliebt, aber wir wissen im Prinzip wie sie wirken. Denn institutionelle Innovation hat auch hohe Risiken, wie diese Emissionszertifikate zeigen, aber mir gefällt der Vorschlag natürlich sehr, und man muss darüber kreativer nachdenken. Ich hab nur keine Antwort drauf, gleich.

GG Ich übernehme kurz. Wir landen da genau in der Strategiediskussion, bei dem was Sie genannt haben: Wie kann ich einen Vorschlag designen, um ihn erfolgreich zu machen ist eine Frage, die zweite Frage ist, welche Strategie wende ich an, um wen zu überzeugen. Wenn ich Sie richtig verstanden habe. In dem Fall auf die Ökosteuern bezogen. Was mir halt in der Politik auffällt ist, dass sie teilweise nicht strategiefähig ist, weil natürlich der Zyklus in dem man denkt sehr kurzfristig ist, wobei oft Unternehmen dazu neigen, das der Politik vorzuweisen. Oft sind die Unternehmen allerdings nicht minder kurzfristig orientiert in ihrer Denke, aber bei der Politik ist das halt noch besser darstellbar. Es ist nicht nur der Wahlzyklus, sondern manchmal ist es noch kurzfristiger. Was auch damit zu tun hat, dass unsere Medienlandschaft extrem kurzfristig getaktet ist, aber auch das öffentliche Bewusstsein. Ich mach immer – das ist ein kleiner Sidestep – ich mach mit Jahresende immer so kleine Testläufe, weil ich auch kleine Medienbeobachtungsprojekte am Laufen hab wo ich sozusagen in einem Minisample frage, was ist aus Eurer oder Deiner Sicht das Thema des letzten Jahres? Im Vorjahr war halt Deepwater Horizon, die Ölgeschichte im April und Mai, und ich hab am Jahresende ziemlich viele Leute gefragt, und kein Einziger – obwohl das nachgewiesen drei Monate Hauptthema war in der ZIB – kein Einziger hat das im Kopf gehabt. Ich werde heuer wieder fragen, und ich bin gespannt, wie viele Fukushima nennen werden. Also ganz kurzfristige extrem hohe Aufmerksamkeit, ganz schnell wieder das Vergessen. Deshalb glaube ich ist das strategische Argumentieren sehr relevant im politischen Bereich. Ich glaube, dass schon für uns, die an Sustainable Design interessiert sind, die Krisenfestigkeit von nachhaltigen Produkten ein sehr relevantes Argument sein kann. Denn diese Krise, die eine multiple Krise ist, die wir grad erleben, also das ist nicht so, dass die ganz schnell aus dem Bewusstsein rückt, und auch in der Politik angekommen ist. Die jetzige politische Strategie die gefahren ist, ist eine völlig andere. Es ist ein Sich-Ausliefern an die Regeln des Finanzmarktes und sozusagen überhaupt nicht der Nachhaltigkeit. Ob das auf Dauer allerdings haltbar ist, das würde ich anzweifeln. Und ich glaube schon, dass das – ich hasse zwar dieses „Krise ist Chance“ – aber es sind schon opportunities da, die einfach Vertrauen stiften. Ich kann mich, um nur noch eine Energiegeschichte zu bringen, daran erinnern – (Ich bin also in diesen ganzen Peak Oil Diskussionen relativ stark drinnen, und auch im Klimaschutz. Beides muss man sagen hat noch nicht so richtig gegriffen, weder im politischen Mainstream noch beim Konsumenten...) – was schon gegriffen hat, war, 2008 oder 2009, den einen Winter, als die Gas-Krise Russland–Ukraine und das Gas wurde tatsächlich gestoppt, das hatte ziemlich hohen Impact auf den Markt, was Eigenversorgung erneuerbarer Energien, Wärmepumpe etc. anbelangt. Und Leute hatten wirklich reges Interesse aus dieser Befürchtung, ich will eigentlich nicht von Putin abhängig sein, zu sagen, ich schau mir das jetzt wirklich an. Aber nicht wegen Klimaschutz, ehrlicherweise. Das klingt wirklich bedenklich, ja, aber ich hab politisch aufgehört mit Klimaschutz zu argumentieren, weil ich wusste, das kommt eh nicht an. Das ist jetzt offenbarend, aber es ist leider so. Aber andere Argumente kommen schon an. Vielleicht hilft uns doch die Krise noch ein bisschen.

Martina Finder: Ich frag mich gerade, was Sie hier beschreiben, das letzte Beispiel das Sie gegeben haben, widerspricht das nicht dem was Sie am Anfang gesagt haben, dass Angst kein Motivator ist?

UT Ja, natürlich, wenn so eine Krise kommt, kurzfristig reagieren wir dann. Wenn wir das nötige Kleingeld haben, dann kaufen wir uns vielleicht auch eine Geothermie-Anlage und schaffen die Gasheizung ab. Aber

man kann das zum Beispiel am Fleischkonsum festmachen, wieder mal. Sie erinnern sich sicher an BSE und die Vogelgrippe und solche Geschichten. Und dann passiert das, dass die Leute für kurze Zeit kein Fleisch mehr essen, und sobald aber dann das ganze Thema in Vergessenheit gerät – das dauert dann vielleicht noch ne Zeit lang – dann bemüht man sich noch ein bisschen und dann ist man wieder in seinem ursprünglichen Habitus oder in seiner ursprünglichen Routine. Das heißt, Krisen, wenn sie nicht ganz so schrecklich sind, und wir irgendwas dagegen machen können, dann machen wir das eine Zeitlang, aber sobald die Krise dann aus dem Blick gerückt ist, dann springt das Verhalten wieder zurück zu unserm ursprünglichen Muster. Und wenn wir langfristig Verhalten ändern, dann ist es nicht besonders konstruktiv ständig diese Angst zu machen. Genauso, wie, warum sind wir dieser Umweltdiskussion so müde? Weil wir immer mit dem Zeigefinger gedroht bekommen, wir sind böse, es wird alles ganz schrecklich, die Welt geht unter in 2015 ist der Stichtag – das hilft uns nicht, konstruktiv mit diesem Thema umzugehen. Sondern dann sitzen wir da und denken uns entweder, „ach das ist alles schrecklich, ich mach jetzt gar nichts mehr.“ Oder, „das ist mir jetzt doch alles völlig egal, ich genieß mein Leben.“ Aber dieser konstruktive Umgang mit dieser Thematik, der ist dann relativ schwierig. Ich weiß nicht wie viele da dann umgeschwitched sind, und ob das nur kurzfristig war, oder länger anhält.

Publikum: Also ich bin Grafikdesignerin und würde sehr gerne auf dieses anfängliche Thema der Netzwerke, der sehr geschlossenen Gruppen zurückkommen. Ich hab das selber sehr positiv erlebt, rauszukommen aus diesem Grafikdesign, in einen ganz anderen Bereich wo sich neue Fragestellungen, neues Wissen unter Umständen auch auftut. Ich glaub schon, dass das eine Chance ist, auch Mankos in der Ausbildung auszugleichen.

Publikum: Also ich möchte gleich anschließen, mein Name ist Barbara Rettbach, ich habe ein Studio für Design und Fiction. Ich fand das heute ganz spannend, das so verschiedene Positionen da sind, die Designer, jemand aus der Politik oder aus der Ökonomie das fand ich gut. Und ihr habt euch auch verstanden. Für mich ist das durchgeklungen, es ist so ein Sprechen in einer gemeinsamen Sprache, was ja schon sehr wichtig ist. Meine Frage: Ich mache Ausstellungsdesign, ich mach viel mit Medien, wie kann ich da nachhaltig arbeiten? Muss ich da Produktdesign machen? Will ich nicht. Ich will jetzt nicht das Medium selbst, das I-Phone selbst neu aufsetzen, aber kann ich da nachhaltig arbeiten, also Schlagwort papierloses Büro, das sind dann so die Klischees die einem einfallen. Aber gibt's grüne Medien? Nachhaltige Medien, gibt's grüne Ausstellungen? Ich hab letztes Jahr in einem Projekt mitgearbeitet, bei der Expo „Sustainable Future“ – was da ein Aufwand war an Material, an Kosten, an Ressourcenverschwendung. Da müssen wir nicht darauf eingehen, jeder hat so die Bilder im Kopf. Das war Irrsinn. Gibt es grüne Ausstellungen und muss ich das als Produktdesignerin dann konzipieren oder darf ich weiterhin meine Mediengeschichten schreiben? (Lachen) Genau, ich ruf Sie dann an, und sage, bitter beraten Sie mich dazu... (Lachen)

UT Nein, das ist viel einfacher. Also zu Ihrer Anregung, ich denke, da sind wir uns alle ganz einig. Also mein Studiengang in Amerika ist ein transdisziplinärer und das gilt sowohl für die Studierenden als auch für die Dozenten und wir haben Leute aus dem Engineering, aus Sozialwissenschaften, Designer natürlich auch, aber in der Designdisziplin ganz viele unterschiedliche, also Grafik, Medien, Produkt-, System Service Design

usw. Und das funktioniert gut, weil man dann über seinen Tellerrand guckt und arbeitet und kollaboriert und sich gegenseitig befruchtet mit Ideen usw. und klar das ist einfach schön. Und dann muss man eben auch nicht so viel lesen, sondern redet mit den anderen und dann geht das alles viel schneller. Ja, und jetzt zum Thema grüne Ausstellung, ich würde sagen, dass für Sie im Grunde der gleiche Anforderungskatalog gelten würde der für jedes materielle Produkt auch gilt, im Sinne der materiellen Ausgestaltung ihrer Ausstellung. Also natürlich schauen Sie was für Materialien setzen Sie ein, wo kommen die her, wie viel davon, kann man die nachher wieder weiterverwenden, kann man die recyceln? Kann die jemand zurücknehmen und etwas anderes damit anfangen? Versuchen, effizient mit diesen ganzen Dingen umzugehen. Energieverbrauch, Lampen, LED statt was weiß ich konventionellen Glühbirnen usw. Das ist so ein bisschen die Hausaufgabe, die Sie machen könnten, aber was für mich in einer Ausstellung vielleicht noch mehr zählt ist die Botschaft. Also eben Ihre Medien, worum geht es, welche Botschaft kommunizieren Sie, welche Ausstellung machen Sie, und wenn es eine Ausstellung ist die sich mit Design Future und Sustainable Design beschäftigt und dann ist es eine Materialschlacht, dann finde ich passt da schon irgendwas nicht zusammen. Es gibt immer mehr Leute, die versuchen so virtuelle Ausstellungen zu machen, also viel mit Projektion usw. zu arbeiten, also wenig mit Material. Aber das ist auch nicht immer das Richtige, denn manchmal denke ich braucht man einfach das Physische, und dieses Materielle und dieses Umgehen mit Materie, und manchmal ist so eine Beamer-Projektion mit dem Energieverbrauch nicht besser als vielleicht ein sehr effizientes Material das nur ausgeliehen wird für die Ausstellung und dann wieder zurückgeht in einen anderen Gebrauch. Also mir ist dieser Schweizer Pavillon auf der Expo 2000 in Hannover in Erinnerung, das war ein Holzgebäude, das nur lose zusammengesetzt war, und die hatten alles, das ganze Holz, das sie benutzt haben, bereits verkauft für die Zeit nach der Expo bevor sie den Pavillon gebaut haben. Das war alles nur geliehen, für die Zeit der Expo. Solche Dinge sind phantastisch.

HG Also wenn man beginnt so zu denken ist es manchmal schon nicht ganz einfach, nicht. weil um den Ansatz zu kriegen wo man ansetzt, braucht man die richtigen Fakten. Das Life-Cycle-Assessment bringt diese Fakten meistens. Und dann gibt es Dinge wie eine Ausstellung die glaube ich ganz schwierig in einem Life-Cycle-Assessment abbildbar ist, und selbst bei einem Produkt das eigentlich ein sehr überschaubarer Rahmen ist, wenns ein einfaches Produkt ist, ist es manchmal oft erstaunlich wo man wirklich Sinnvoll etwas tun kann. Wir machen gerade eine Notleuchte, lustiges Thema, und bei der Notleuchte sind wir draufgekommen, wenn sie nur um ein halbes Watt weniger verbrauchen würde, würde das mehr einsparen als jegliche Purzelbäume bei den Materialien die wir dort angestellt haben. Und Oberflächenbeschichtungen und all das. Nur diese Information kommt sozusagen schon aus einer großen Expertise wo ich im Moment nicht weiß wie die Designern das leisten sollen.

UT Eine ganz kurze Replik dazu. Wir arbeiten natürlich auch mit Faustregeln. Und eine Faustregel, die hätte ich Ihnen gleich sagen können, wenn Sie gesagt hätten ich arbeite an einer Notleuchte – die Notleuchte leuchtet die ganze Zeit. Jetzt optimiere ich die, brauch ein kleines bisschen weniger Material, aber hab einen Leuchtkörper der leuchtet für sagen wir 15 Jahre. Was ist wohl das Wichtigste an dieser Leuchte? Der Energieverbrauch im Gebrauch. Weil das über so einen langen Zeitraum passiert. Und das gilt eigentlich für alle Produkte die in der Gebrauchs-

phase Strom, Wasser oder was auch immer verbrauchen, da ist in der Regel die Gebrauchsphase die wichtigste in der Lebenszyklusanalyse weil eben diese lange Zeit des Gebrauchs in der Regel die Produktion oder das Recycling weniger wichtig werden lässt im Verhältnis. Das gleiche gilt bei Autos. Das Gravierende bei Autos ist der Spritverbrauch, das ist einfach so. Weil wir die in der Regel halt ein bisschen länger, vielleicht 10, 15 Jahre oder länger benutzen. Das Gleiche gilt bei Gebäuden, Gebäudematerialien usw. Recycling, ganz wunderbar. Aber wenn man ein Gebäude für 100 Jahre benutzt, dann ist der Energieverbrauch in der Benutzung das Ausschlaggebende. Und das ist so schwierig dann auch wieder nicht. (Lachen) Man muss einfach diese grüne Brille aufsetzen und nur über solche Dinge nachdenken, dann kommt man da schon drauf.

HG Wer möchte noch was wissen vom Podium?

Martina Fineder: Sie haben vorhin gesagt es gibt nur wenige Studiengänge für Sustainable Design. Macht es überhaupt Sinn, das als eigene Disziplin zu führen? Also zu sagen, ich geh jetzt in ein Ökodesign Studium oder in ein Sustainable Design Studium und daneben gibt's die Transportation Designer, die bauen ihre Phantasy Vehikels, und die Polstermöbeldesigner, die machen Riesenmöbel, und dann haben wir eins an unser Uni, das macht die Welt wieder gut...

UT Es wäre wünschenswert, dass dieses Thema genauso wie Ergonomie, das ist ein schöner Vergleich... Vor 20 Jahren haben wir ungefähr angefangen über Ergonomie nachzudenken und Methoden dafür entwickelt und Bemessungen gemacht, den Menschen vermessen. Und dann gab es einzelne Studiengänge.

Einwurf Barbara Rettbach: Da würde Henry Dreyfuss jetzt aber weinen.

UT Ja, ok, sagen wir mal, ich kanns halt vom Design sagen als Beispiel. Klar dieses Thema ist schon älter, Anthropometrie usw. Aber im Designstudiengang haben wir damit vor noch gar nicht so langer Zeit angefangen. Und dann wars eben eine spezialisierte Disziplin, und jetzt ist in jedem Produktdesign Studium Ergonomie zu Hause, Human Factors. Und es wäre wünschenswert so etwas Ähnliches passierte mit der Nachhaltigkeit. Nur bis wir da sind, und obwohl wir jetzt schon seit 1992 – mindestens; also das Thema Nachhaltigkeit ist natürlich schon viel älter – aber wir fangen zumindest seit den frühen 1990er Jahren an, bestimmte Spezialisierungen in den Designstudiengängen zu haben. Aber trotzdem hat sich das noch nicht in der Breite durchgesetzt. Es wäre absolut wünschenswert, dass es ein integratives Element in jedem Gestaltungsstudium, in jedem Studium überhaupt ist, dass wir das in der Schule schon diskutieren, das Thema Nachhaltigkeit. Aber da sind wir noch nicht. Und deswegen glaube ich, dass wir im Moment den Weg über diese Spezialisierung brauchen. Bis das Thema sich in der Breite etabliert.

HG Die schöne Geschichte von der WU – die gute Nachricht...

SS Seit diesem Semester inhaltlich, ab nächstem Studienjahr auch thematisch, müssen alle WU Studierenden eine Lehrveranstaltung besuchen, die heißt: zukunftsfähiges Wirtschaften. Also nicht nur die, die sich spezialisieren, die können natürlich ihren eigenen Studiengang machen, aber alle Betriebswirtschaft Studierenden, alle Internationale Betriebswirtschaft Studierenden, alle Sozioökonomie Studierenden müssen

eine Lehrveranstaltung über zukunftsfähiges Wirtschaften belegen. Und nach dem heutigen Abend werde ich auch ein paar Designaspekte reinpacken, und dann eine Vertiefung dazu machen, und da ist es dann bunt gemischt. Da kommt dann Diversität von Organisation, Globalisierungskritik von Christian Felder und nachhaltige Transitionen zu nachhaltigem Handeln usw. Also das ist dann eine bunte Mischung, bei der man in die Tiefe geht, aber es gibt zuerst einen übergespannten Bereich. Ja, da freu ich mich grad drüber.

Barbara Rettbach: Es wär auch schön wenn die Designer dann nicht nur rechnen lernen würden an der Uni, sondern einen Grundkurs belegen können. Das müsste sich doch machen lassen.

HG Man stelle sich vor, dass man auf der Uni gleich im ersten Semester Nichtgenügend für zukunftsfähiges Design bekommt. Nicht. Gibt es noch eine Frage?

Publikum: Schönen guten Abend, Bernhard Neuwirth mein Name. Ich interessiere mich auch für nachhaltiges Design, klar, ich sitz hier. Ich find es auch toll, dass viele verschiedene Aspekte gezeigt worden sind. Ich persönlich finde es schwer im Internet Dokumentationen zu finden über Rentabilität von Lichtern. Wie viel hat jetzt eine Glühbirne Lichtausbeutung? Also diese Frage zu beantworten ist nicht ganz einfach. Da gibt es viel Misinformation im Internet. Wäre es möglich, dass Sie eine Bibliografie oder eine Linksammlung zur Verfügung stellen könnten, dass wir davon profitieren könnten?

HG Die guten Nachrichten immer zum Schluss... Es schaut gut aus für ein Forschungsprojekt das das IDRV gemeinsam mit design austria eingereicht hat. Da geht's drum dass wir die Tools ein bisschen aufarbeiten die für Designer sinnvoll sind. Das Ganze soll einerseits wissenschaftlich bearbeitet werden. Also genau das: wo sind solche Rechner im Internet zu finden, welche Bücher kann man sich dazu anschauen? Wir werden versuchen ein paar Best-Practice-Beispiele zu suchen, aus dem unmittelbaren Umkreis von hier. Damit man versteht, was wir aus diesem Themenfeld auch lokal zu bieten haben. Und das Ganze soll dann nächstes Jahr während der Design Week hier im Museumsquartier im designforum präsentiert werden. Wir werden auch die Circles bearbeiten und die Videos und die Transkripte ins Netz stellen. Wir sind nur personell ein bisschen problematisch aufgestellt. Aber wir sind dabei. Also auch bei diesen Transkripten wird man das, was hier alles besprochen wurde, lesen können. Wie gesagt das größere Projekt ist diese Toolsammlung die wir nächstes Jahr zusammenstellen und die Ausstellung in der wir das für ein breiteres Publikum zugänglich machen. Das ist eine Geschichte, die das IDRV nächstes Jahr vorhat. Zudem sind wir der deutsche Knotenpunkt für das Netzwerk LeNS. Wir haben dort vor, Designuniversitäten im deutschsprachigen Raum, die sich mit solchen Ausbildungsstrategien beschäftigen zu vernetzen – aber ich muss leider berichten: sie sind schwer zu finden bzw. sind die Protagonisten noch in einem appellativen Gehabe verfangen: Wir machen das jetzt seit 20 Jahren und jetzt interessiert Euch das plötzlich. Aber wir sind da dran und unsere Vision ist, die Unis im deutschsprachigen Raum dazu zu kriegen, ihre Vorlesungen auf eine Plattform zu stellen. Öffentlich zugänglich zu machen, entgeltfrei natürlich, um auch den Lehrenden die Möglichkeit zu geben mit dem Unterrichtsmaterial der anderen selber Lehrveranstaltungen zu machen. Die Idee dahinter ist einfach, dass wir versuchen dieses wichtige Thema zu katalysieren, dass es auch schneller an die Unis kommt, in einer hohen Qualität.

Ich bedanke mich bei dem Podium. Vielen Dank bei allen, dass Sie gekommen sind, ich bedanke mich beim Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur, dass wir das heute und auch das letzte Mal machen konnten. Und mit dem Geld können wir das auch dokumentieren und transkribieren und allen zur Verfügung stellen, auch allen, die heute nicht da waren. Ich bedanke mich bei design austria, unserem Kooperationspartner für das nächste Projekt, bei Severin Filek und Katharina Beran für die Unterstützung einerseits und der Ausrichtung dieses Circles, aber auch für dieses Projekt. Bei meinem Team vom IDRV, bei Martina Mara und Alexandra Bischof und ganz besonders bei Ulli Haele, die sich immer sehr gut um unsere Gäste kümmert und die Vorbereitung und auch die Nachbereitung inne hat. Vielen Dank!

DIE PROTAGONISTEN DER DISKUSSION

Georg Günsberg

hat Politikwissenschaft und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien studiert. Bereits während des Studiums hat sich eine Schwerpunktsetzung auf Umweltthemen abgezeichnet (1991-97 Mitarbeiter der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000, 1995 – 1997 Entwicklung und Umsetzung von Projekten im Umweltbereich). Günsberg war 1997-2007 Fachreferent für Energiepolitik im Grünen Klub im Rathaus Wien, 2007 gründete er ein Unternehmen für Politik- und Strategieberatung mit Schwerpunkt Energie und Umweltthemen. Georg Günsberg kann auf zahlreiche Publikationen und Artikel in Fachzeitschriften, u.a. zu Ozonpolitik, Klimaschutz, Energiepolitik, Wiener Kommunalpolitik und internationalen Umweltpolitik verweisen. Aktuelle Inhalte sind auf dem Weblog www.guensberg.at zu finden.

Sigrid Stagl

war die erste Absolventin des Programms „Ecological Economics“ am RPI in New York (Mai 1999), ihre Abschlussarbeit verfasste sie zum Thema „Globale Nahrungsmittelproduktion und die Alternativen, eine sozio-ökologisch-ökonomische Perspektive“ (Betreuerin: Sabine O'Hara). Im Anschluss an das Studium arbeitete Sigrid Stagl an Universitäten in Wien (Österreich), Leeds (UK) und Sussex (UK). Heute hält sie eine Professur für Umweltökonomie am Institut für Regional- und Umweltwirtschaft der WU Wien. Frau Stagls Forschungs-Schwerpunkte liegen in der Analyse von Veränderungen auf institutioneller Ebene und im Verhalten, der Verbesserung von Umweltverträglichkeits-Evaluierungsmethoden und der Entwicklung von nachhaltigen makro-ökonomischen Modellen. Neben zahlreichen Publikationen in Fachmagazinen hat Sigrid Stagl „Ecological Economics – An Introduction“, Cambridge University Press, 2005 (gemeinsam mit M. Common) veröffentlicht, welches als Lehrmittel in Diplomstudien weltweit eingesetzt wird. Sigrid Stagl ist derzeit Präsidentin der „European Society for Ecological Economics“ www.euroecolecon.org

Ursula Tischner

studierte Architektur und Produkt Design / Industrial Design und spezialisierte sich auf nachhaltige Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen (Eco- / Sustainable Design). Nach dem Master Abschluss war sie über 4 Jahre im Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie tätig und gründete 1996 econcept, Agentur für nachhaltiges Design in Köln. Mit econcept berät sie Unternehmen, führt Forschungsprojekte durch, entwickelt und gestaltet Produkte und Dienstleistungen und ist in Aus- und Weiterbildung tätig. Das alles stets mit dem Ziel die ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Produktions- und Konsumsystemen zu vergrößern. Von 2002 bis 2009 war Ursula Tischner Professorin für Sustainable Design an der Design Academy Eindhoven in den Niederlanden. Seit 2010 ist sie Prof. Design for Sustainability und Programmkoordinatorin Design for Sustainability am Savannah College of Art and Design in Savannah, Georgia USA. Darüber hinaus führt sie Weiterbildungskurse für Unternehmen durch, wie z.B. für die elektronische Industrie in Korea oder die Möbelindustrie in Australien. Zahlreiche Publikationen, Vorträge auf Konferenzen, Beteiligung an Netzwerken und Design Jurys oder Standardisierungsorganisationen, sowie Gutachtertätigkeiten für die EU begleiten die praktische Arbeit der Design-Forscherin.

Harald Gründl

hat nach Abschluss seines Industrial Design Studiums an der Universität für Angewandte Kunst Wien 1995 gemeinsam mit Martin Bergmann und Gernot Bohmann das Studio EOOS gegründet. In den Bereichen Furniture und Product Design arbeitet EOOS mit Kunden wie Alessi, Bult-haup, Dedon, Duravit, Lamy, MatteoGrassi, Walter Knoll oder Zumtobel zusammen. Im Jahr 2005 hat Harald Gründl sein Doktoratsstudium der Philosophie abgeschlossen, 2009 hat er sich im Fach „Theorie und Geschichte des Designs“ habilitiert. 2008 hat er das außeruniversitäre Institute of DesignResearch Vienna (IDRV) gegründet, welches unabhängige Theoriebeiträge in den Schwerpunktbereichen Sustainable Design und Designgeschichte hervorbringt. Die beiden Monografien „The Death of Fashion“ sowie „The Cooked Kitchen. A Poetical Analysis“ sind im Springer Verlag erschienen. 2010/11 war Harald Gründl als Gastprofessor für Design an der HfbK in Hamburg tätig, im Sommersemester 2011 unterrichtete er im Modul „Sustainable Product Design“ am Department for Spatial and Sustainable Design der Technischen Universität Wien.

RÜCKBLICK!

Circle 00001(r=5) Wie macht man einen Klassiker?

Freitag 8.10.2010, Haus Wittgenstein

Im Rahmen der *Vienna Design Week 2010* hat der Testlauf für die neu konzipierte Veranstaltungsreihe im Haus Wittgenstein unter großem Publikumsinteresse stattgefunden. Das erste Thema, generiert aus der inhaltlichen Recherche zu den „Designlectures“, stellte Überlegungen zur Bedeutung der Klassikerbildung in der Designgeschichte für unser kulturelles Verständnis an.

Gerda Breuer, Designhistorikerin, Wuppertal
Fritz Hrusa, Vitra Österreich
Askan Quittenbaum, Quittenbaum Kunstauktionen, München
Penny Sparke, Designhistorikerin, London
Harald Gründl, Direktor IDRIV

2011 wurde die Veranstaltungsreihe Circle des IDRIV mit Mitteln des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur gefördert. Dadurch wurde uns der Start dieser kleinen aber feinen Publikationsreihe ermöglicht. Neben der online verfügbaren Dokumentation mit Print-On-Demand Funktion werden auch Video-Files publiziert, allesamt ressourcenschonende Alternativen zur Präsenz vor Ort.

Circle 00002(r=4), Designwissenschaft – und was sie bewegt! Die Themen einer jungen Disziplin.

Freitag 16.09.2011, designforum Wien, MQ

Die noch junge Disziplin „Designwissenschaft“, Meta-Ebene von Designtheorie, -forschung und -geschichte ist erst dabei, sich im deutschsprachigen Raum zu etablieren. Mit unseren herausragenden Gästen diskutierte Harald Gründl verschiedene Positionen, wesentliche Fragestellungen und die Bedeutung der Theorie für die Praxis auch in Zukunft.

Alexander Damianisch,
Programm-Management künstlerische
Forschung FWF
Thomas Geisler, MAK Design Kustode, Wien
Gesche Joost, Professorin für Design
Research HdK, Berlin

Video der Veranstaltung unter:
<http://www.idrv.org/circle00002/>

Circle 00003(r=4) Sustainable Design – Strategien für einen gesellschaftlichen Wandel!

Freitag 2.12.2011, designforum Wien, MQ

Sustainable Design muss Teil einer zukunftsorientierten, integrierten Produktpolitik sein! Was kann zu ökologisch und sozial nachhaltigen Designprozessen und Produkten führen? Wie können DesignerInnen Produkt- und Konsumkultur positiv in Richtung sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit beeinflussen?

Georg Guensberg, Politikberater für Umweltthemen, Wien
Prof. Sigrid Stagl, Umweltökonomin, WU Wien
Prof. Ursula Tischner, Geschäftsführerin econcept Köln, Prof. Design for Sustainability Savannah College of Art, USA

Video der Veranstaltung unter:
<http://www.idrv.org/circle00003/>

IMPRESSUM:

Circle 00003 (r=4)

Sustainable Design. Strategien für einen
gesellschaftlichen Wandel.

Publikation anlässlich der Diskussion
„Sustainable Design. Strategien für einen
gesellschaftlichen Wandel“, im Rahmen
der Diskussionsreihe Circle 0000x (r=y) des
Institute of Design Research Vienna,
im designforum Wien, am 2.12.2011.

Herausgeber: Institute of Design
Research Vienna, IDRV,
Zelinkagasse 2/6, 1010 Wien,
<http://www.idrv.org>.
Wien, Februar 2012.
ISBN: 978-3-9503352-1-7

Konzeption und Planung: Harald Gründl,
Ulrike Haele, Martina Mara
Redaktionelle Bearbeitung: Ulrike Haele,
Christina Nägele
Mit Beiträgen von: Georg Guensberg, Harald
Gründl, Sigrid Stagl, Ursula Tischner
Grafik: grafisches Büro, Wien

Wenn nicht anders vermerkt, unterliegen
alle Bilder und Texte in dieser Schriftenreihe
den Verwendungsmöglichkeiten der
Creative Commons

Circle 00002 und Circle 00003 gefördert mit
Mitteln des: **bm:uk**