

Theorien des Design Aktivismus

Eine kritische Analyse des Werkes von Alastair Fuad-Luke

Schriftliche Bachelorarbeit von Alexander Amir Khan

Matrikelnummer: 16-488-025

Hochschule Luzern – Design & Kunst, Textildesign

Lucerne University of Applied Sciences and Art, FH Zentralschweiz

Betreuer: Prof. Dr. Alexis Schwarzenbach

Abgabetermin: Frühjahrsemester 2019

Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Alastair Fuad-Luke – Design Activism Beautiful Strangeness for a Sustainable World – 2009.....	4
2.1. Five Capitals Framework	6
2.2. Eine kurze Erklärung wie Design zum Aktivisten* wird	7
2.3. Kernprobleme von Design in einer nicht nachhaltig agierenden Welt.....	7
2.4. Die Kraft der „Langsamkeit“ – Slow Design	8
2.5. Die Gestaltung der Gegenwart und der Zukunft	9
3. Design Aktivismus und verwandte Strategien im Vergleich	10
3.1. Jonathan Chapman & Nick Grant - Designers, Visionaries and Other Stories, A collection of sustainable design essays - 2005.....	10
3.2. John Grant - Green Marketing Manifesto - 2007	11
3.3. Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy - 2005	12
4. Fazit	13
5. Verbindung zur praktischen Bachelorarbeit.....	14
6. Quellenverzeichnis – Bücher, Artikel, Internetverzeichnis.....	15
7. Abbildungen	17
8. Lauterkeitserklärung	18



1. Einleitung

In dieser Arbeit soll meine persönliche, kritische Haltung zum Designer und Aktivisten Alastair Fuad-Luke und zu den Problemen, die sich einem zeitgenössischen Design Aktivisten* stellen, analysiert werden. Zum Design Aktivismus liegen unterschiedliche Theorien, von verschiedenen Autoren* vor, allen voran das Werk *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World* von Fuad-Luke. Meine Arbeit untersucht kritisch Stärken und Schwächen der theoretischen Ansätze dieses Werks und fragt insbesondere nach ihrer Anwendbarkeit in der Designpraxis. Ich erhoffe mir davon, meine eigene Position als Designer zu festigen und Kriterien zu erarbeiten, die ich unter anderem in meiner praktischen Bachelorarbeit anwenden kann.

In dem hier untersuchten Buch *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World* stellt Alastair Fuad-Luke (im Folgenden AFL) einen Leitfaden vor, der den Designern* helfen soll, ihre verschiedenen Aktionsfelder und Kontexte besser zu überblicken.¹ Der Begriff des *Design Aktivisten** ist eine neue Wortkombination, welche von AFL (und anderen) stark geprägt wurde. Der Aktivist* solle eine politische Haltung einnehmen, welche nach AFL auch in das Design einfließen könne und solle. Bewegungen von Design Aktivisten* reichen zurück bis zum Beginn der Industrialisierung. Grundsätzlich, so AFL, hätten diese Bewegungen und Gruppen – etwa das Bauhaus – allesamt ähnliche Absichten gehabt wie ein heutiger Design Aktivist*. Leider sei es eine Tatsache, dass sich viele dieser Designbewegungen nicht durchsetzen konnten.

In meiner Arbeit hebe ich radikalere Denkweisen hervor, die in AFLs Publikation nur beiläufig erwähnt werden, und vergleiche sie mit seiner Haltung. Anhand von Drittmeinungen aus Literatur zum Thema Design Aktivismus versuche ich, Schlüsse zu ziehen, die meine Haltung zu AFLs Werk genauer aufzeigen sollen. Meine Kritik wird sich daran orientieren, ob – und wenn ja, wie – AFLs Beispiele und Theorien in der Praxis tatsächlich umsetzbar sind.

¹ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009.

2. Alastair Fuad-Luke – Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World – 2009

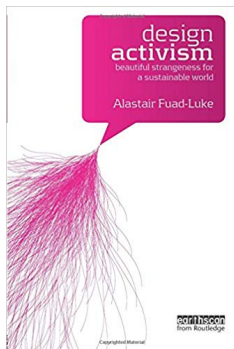


Abb. 1: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009.

Im ersten Teil meiner Arbeit untersuche ich meine wichtigste Quelle, AFL's Design Activism von 2009. Dabei folge ich dem Kapitelaufbau des Buches, durch welchen AFL dem Leser* seine Erkenntnisse zu vermitteln versuchte. Ich beginne mit einer Aufgliederung der Grundlagen und Begrifflichkeiten. Dabei muss zuerst erklärt und festgehalten werden, was AFL unter den Begriffen *Design* und *Aktivismus* versteht.

Design Aktivismus setzt sich aus zwei weitgreifenden Begrifflichkeiten zusammen und unterliegt daher keiner einheitlichen Definition. Gemäss AFL tragen sowohl die Bedeutung von Design als auch diejenige von Aktivismus jeweils eine feste Konnotation in sich, die leicht form- und ausleihbar ist und zu kommerziellen Zwecken vereinnahmt werden kann.² Design, so AFL, sei ein weitläufiger Begriff, der allgegenwärtig zu sein scheint. Er sei gebunden an die Disziplin, den Kontext, die historischen und kulturellen Präferenzen, ebenso aber auch an das Feld, in welchem sich der Designer* betätigt. Ich stimme dieser Aussage von AFL zu, denn Design zu definieren und den Begriff auf eine einzige, allgemeingültige Formel herunter zu brechen, erscheint unmöglich. Berufsfelder für Designer* finden sich in einer Reihe von Disziplinen von Architektur bis Softwareprogrammierung. Design, so AFL weiter, sei somit ein Katalysator verschiedener Stil-Strömungen und könne Ausdrucksform von zeitgenössischen Signaturdesignern*, aber auch von philosophischen Theorien sein. Eine weitere Komplexitätsstufe werde bei der Gestaltung von "Dingen und Systemen" erreicht. AFL hält fest, dass Design meistens von professionell ausgebildeten Designern* geschaffen wird.³

Bei der Definierung des Aktivisten* unterscheidet AFL zwei verschiedene Herangehensweisen mit unterschiedlichem Fokus. Dabei verfolgen beide das gleiche Endziel. Aktivisten* würden oft mit den Gründern* sozialer Bewegungen assoziiert. Ob mit anthropozentrischem Fokus (AIDS-Bekämpfung, Pro-Life-Abtreibungsgegner*, Anti-Kriegsengagement, Väterrechte, Feminismus, Armutsbekämpfung) oder biozentrischem (Tierrechte, Umweltschutz, Anti-Atomkraft), alle Aktivisten* seien daran beteiligt, einen Wandel herbeizuführen, der ihre Weltanschauung fördert.⁴

Abb. 1: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51ttm5ui3NL._SX331_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 1-17.

³ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 2.

⁴ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 20-27.

Trotz seiner Annahme, dass Designer* meist Fachleute sind, begründet AFL seine Theorie vom Design Aktivismus auch mit den in den 1960er und 1970er Jahren entwickelten Thesen von Herbert Simon und Victor Papanek. Die beiden Autoren verweisen in ihren jeweiligen Studien auf Designer*, die ihre Vorgehensweisen und Praktiken ausserhalb von akademischen Institutionen erworben haben. Dieser Dualismus zwischen professionellen und *nicht* professionellen Designern* wird in zwei Standardwerken der Autoren Simon und Papanek genauer erläutert.⁵ Sowohl Simon als auch Papanek werden häufig zitiert, so auch von AFL, wenn hervorgehoben werden soll, welche wichtige Rolle Design im Zusammenhang mit aktuellen Fragen zu Gesellschaft und Umwelt spielt.⁶ Egal ob mit oder ohne akademischen Hintergrund: für den Designer* sei es wichtig, die komplexen Zusammenhänge unserer Welt nachvollziehen zu können. AFL stellt diese Forderung in den Zusammenhang mit positivem bzw. konstruktivem Handeln als Designer* oder Aktivist*. Papanek und Simon gelten dabei als Vorreiter des oben beschriebenen Konzepts einer Partizipation der Allgemeinheit an Design. Entsprechend wird der Begriff durch AFL wie folgt zusammengefasst: „Design activism is design thinking, imagination and practice applied knowingly or unknowingly to create a counter-narrative aimed at generating and balancing positive social, institutional, environmental and/or economic change.“⁷

⁵ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 4.; Papanek 1974: Victor J. Papanek, Design for the Real World - Human Ecology and Social Change, Paladin, St Albans UK 1974, S. 17.; Simon 1996: H. Simon, The Sciences of the Artificial, MIT Press, Cambridge 1996.

⁶ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 5.

⁷ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 27.

2.1. Five Capitals Framework

Das *Forum for the Future* ist eine internationale Non-Profit Organisation, die sich in der Entwicklung von nachhaltigen Lösungen engagiert und unter anderem in den 1990er Jahren das sogenannte *Five Capitals Framework* („fünf Felder des Aktivismus“) entwickelt hat.⁸ Letzteres wird als Mittel verwendet, um AFLs Thesen über die Wirkung des Aktivismus auf die einzelnen Bausteine des Kapitalismus aufzuzeigen und zu untersuchen.⁹ Damit er die Lokalisierung des Aktivismus besser verstehen kann, gibt AFL dem Design Aktivisten* mit dem *Five Capitals Framework*, ergänzt durch Kommentare und Diagramme, in gewisser Weise eine Orientierungskarte.¹⁰

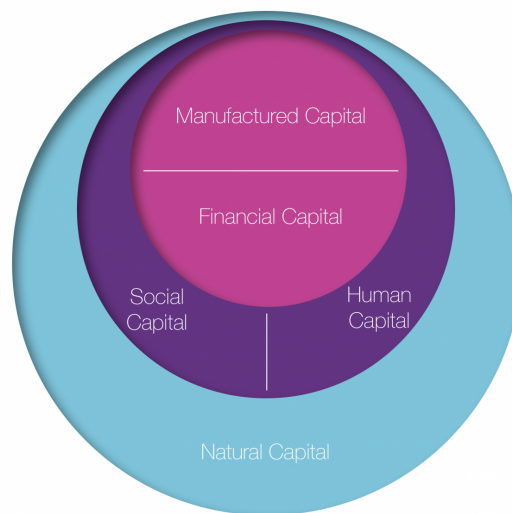


Abb. 2: *Forum for the Future*: Die fünf Bausteine des Kapitalismus sind nach dem Modell des „Five Capitals Framework“ folgende: *Natur, Mensch, Gesellschaft, Geld und Industrie*.

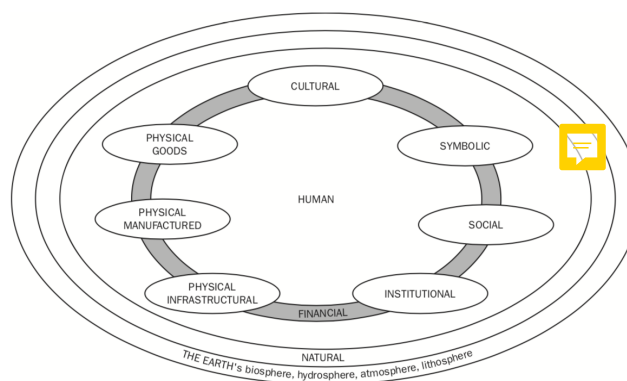


Abb. 3: *Alastair Fuad-Luke*: Die fünf Bausteine des Kapitalismus nach dem Modell des „Five Capitals Framework“, ergänzt von AFL durch drei weitere Bausteine: *Menschengemachte Güter, Kultur und Symbole*.

Abb.2: <https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>, abgerufen am 01. April. 2019.

Abb.3: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 9.

⁸ <https://www.forumforthefuture.org/>, abgerufen am 01. April. 2019.

⁹ Porritt 2007: Jonathon Porritt, *Capitalism as if the World Matters*, revidierte Version, Earthscan, London 2007.; <http://www.jonathonporritt.com/>, abgerufen am 11. März. 2019.; <https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>, abgerufen am 01. April. 2019.

¹⁰ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 6.; Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 10-16.

AFL übernimmt in seiner Theorie zum Design Aktivismus die fünf Bausteine des *Five Capitals Framework* und ergänzt sie um drei weitere: die Bausteine *menschengemachte Güter*, *Kultur* und *Symbole*.¹¹ Essentiell bleiben auch bei AFL die zwei Grundbausteine des oben gezeigten Modells *Natur* und *Mensch*. Diese beiden primären Bausteine seien unabdingbare Voraussetzung für die Entstehung der aus ihr resultierenden, sekundären und tertiären Bausteine, wie etwa *Gesellschaft*, *Geld* und *Industrie*. Die drei Bausteine, die AFL den bestehenden fünf Bausteinen des *Five Capitals Framework* hinzufügt, sind seiner Meinung nach essentiell für Designer*.¹² Das ist insofern wichtig, weil AFL in Design das Potenzial sieht, zwischen den fünf ersten Bausteinen und den drei von ihm hinzugefügten zu vermitteln und zu regulieren. Es sei wichtig, so AFL, die Vielfalt und Komplexität des zeitgenössischen Aktivismus zu verstehen, um als Designer* in einem grösseren Kontext Bereiche für aktivistische Arbeit finden zu können.¹³

2.2. Eine kurze Erklärung wie Design zum Aktivisten* wird

AFL setzt sich auch mit vergangenen Epochen des Aktivismus auseinander und geht genauer auf Absichten und Intentionen diverser, aktivistisch veranlagter Kunst- und Designbewegungen ein. Im Laufe der letzten zwei Jahrhunderte gab es verschiedene, durch Aktivisten* hervorgebrachte Design-Bewegungen.¹⁴ Laut AFL übernehmen Design Aktivisten* die Rolle von *Change Agents*, um ihre Ziele zu erreichen. Sie versuchen, das Verhalten anderer zu beeinflussen und zu verändern. Durch diesen Prozess könnten *Change Agents* auch den so genannten *Transformationsaktivismus* erleben: ein Konzept, bei dem die *Change Agents* und die Subjekte ihres Aktivismus eine persönliche, innere Transformation durchlaufen und diese auch nach aussen hin zum Ausdruck bringen. Laut AFL geht es beim Begriff Design Aktivismus um die Realisierung eines Seins-Zustands und damit um die Verwirklichung des Wunsches, zu einem grösseren gesellschaftlichen Ganzen etwas beizutragen.¹⁵

2.3. Kernprobleme von Design in einer nicht nachhaltig agierenden Welt

Eines der Kernanliegen, das AFL in seinem Werk behandelt, ist der Umgang mit Problemen, denen sich Design in einer nicht nachhaltig agierenden Welt zu stellen hat. AFL bezeichnet die Probleme, denen sich nachhaltiges Design und eine nachhaltig handelnde Industrie stellen muss, als *Wicked Problems*.¹⁶ Dabei sei der Mensch als essentieller Faktor der Diskussion nicht zu vernachlässigen. AFL vertritt die Meinung, dass der Mensch den wesentlichen Teil zur Zerstörung seiner Umwelt – und damit seiner selbst – beitrage. Das verschwenderische Konsumverhalten, wie es 20% der Weltbevölkerung an den Tag lege, sei nur durch den industriellen Fortschritt der letzten sechzig Jahre und dank der Entwicklung der petrochemischen Industrie möglich. Es wurden neue, günstigere und einfachere Fertigungsmethoden entwickelt, um schneller produzieren zu können, was den Konsum erhöht und zu der oben erwähnten Zerstörung unseres Lebensraums beiträgt. Es läge, so AFL hierzu, an uns, uns Gedanken zu machen, wie wir aus dieser Abwärtsspirale ausbrechen können. In Frage zu stellen sei dabei nicht nur ein nicht nachhaltiger Konsum, sondern auch die nicht nachhaltige Produktion von Massenwaren.¹⁷

¹¹ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 6.

¹² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 6-8.

¹³ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 10-16.

¹⁴ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 33-36.; Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 203-213.

¹⁵ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 20.

¹⁶ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 142.

¹⁷ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 55-72.

Die Leitfrage von AFL lautet, wie wir konsumieren können, um Wohlbefinden und Lebensqualität zu optimieren und dabei gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Es sei wichtig zu verstehen, was uns motiviert, unser Konsumverhalten zu verändern. Einige Forscher* wenden sich der Bedürfnistheorie zu, um die physiologischen, psychologischen und sozialen Funktionen zu verstehen, die zum Wohlbefinden beitragen.¹⁸ Andere wiederum untersuchen, wie Design substantielle Verbesserungen zur Vertiefung unserer Beziehung zu Produkten herbeiführen kann, um die Lebensdauer von Produkten zu verlängern und gleichzeitig das Leben der Benutzer* zu bereichern.¹⁹ AFL ist der Ansicht, dass dieses Ziel durch die Einführung eines neuen Wohlfühlmodells erreicht werden könne. Dieses Prinzip basiert auf dem Gleichgewicht zwischen dem Individuum einerseits und wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Faktoren andererseits.²⁰ AFL zitiert in seinem Buch in diesem Zusammenhang Jonathan Chapman, welcher behauptet, Design spiele eine fundamentale Rolle bei der Entstehung von Erfahrungen und der Festigung starker, emotionaler Bindungen zwischen Menschen und Objekten. Es entstehen neue Wege zur Vertiefung und Erweiterung der Beziehungen zwischen Personen und Produkten, vorzugsweise über die Lebensdauer des Produktes hinaus.²¹ AFL propagiert für die Erreichung der genannten Ziele die Einführung neuer Rhythmen, Erfahrungen und der Verlagerung des Verbrauchens von Produkten, hin zur Entmaterialisierung der Dienstleistung.²²

2.4. Die Kraft der „Langsamkeit“ – Slow Design

Erste Schwerpunktbereiche, die von Slow Design geprägt wurden, waren gemäss AFL Rituale, Tradition, Erfahrungen, Entwicklung, Langsamkeit, Ökoeffizienz, Open-Source-Wissen und spezifische Technologien.²³ Dies habe zu einer aufkommenden Slow Bewegung beigetragen, die ursprünglich von der italienischen, 1989 von Carlo Petrini gegründeten Organisation *Slow Food* inspiriert wurde.²⁴ Die Initiierung der genannten Slow Bewegungen könnte nach AFL neuer Auslöser sein für den Übergang zu langsameren gesellschaftlichen Prozessen in unterschiedlichen Bereichen.²⁵ AFL erwähnt *Slow Design* als aufstrebenden Designansatz, der zunehmend an Bedeutung gewinnt, dessen Potenzial aber noch auszuloten sei. Slow Design fordert eine Abkehr vom bestehenden mentalen Konstrukt des Kapitalismus, bei dem der Verbrauch von Ressourcen ausschliesslich von ökonomischen Imperativen bestimmt werde. Dies soll dazu führen, andere Prozesse zu berücksichtigen und so neues Bewusstsein, neue Möglichkeiten und daraus resultierend auch neue gesellschaftliche Werte zu formen. Der Begriff *Slow Design* hinterfragt somit das standardmässige "Fast Design"-Paradigma mit seinen unbestritten nicht nachhaltigen Ressourcenströmen. Geprägt werde die Bewegung durch das *Slow Research Lab* in den Niederlanden, welches eine Plattform darstelle, wo interdisziplinär geforscht und gearbeitet werde.²⁶ Unter anderem forschte auch AFL an dieser Institution. Dieses Hinterfragen als gegeben angenommener Tatsachen dient als Mittel zur Neugestaltung von Öko- und nachhaltigem Design.²⁷

¹⁸ Jackson 2004: Tim Jackson, *Chasing Progress: Beyond Measuring Economic Growth*, New Economics Foundation, London 2004.;

Jackson 2006: Tim Jackson, *The Earthscan Reader in Sustainable Consumption*, Earthscan, London 2006.

¹⁹ van Hinte 2004: E. van Hinte, *Eternally Yours, Time in Design*, 010 Publishers, Rotterdam 2004.

²⁰ Fuad-Luke 2005: Alastair Fuad-Luke, *A new model of well-being to design "products" that sustain people, environments and profits*, Centre for Sustainable Design, Farnham 2005.

²¹ Chapman 2005: Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, London 2005. Notiz 56.

²² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 113.

²³ Fuad-Luke 2013: Alastair Fuad-Luke, *Slow design: A paradigm for living sustainably*, Emerald Group Publishing Limited, London 2013.; www.slowdesign.org, abgerufen am 11. März. 2019.

²⁴ www.slowfood.com/, abgerufen am 11. März. 2019.

²⁵ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 157.

²⁶ <https://www.slowlab.net/>, abgerufen am 15. April. 2019.

²⁷ Fuad-Luke, A. (2002) "Slow design" – a paradigm shift in design philosophy, in: *Development by Design*, Bangalore, India, November (2002), <https://carlosfiorentino.files.wordpress.com/2010/03/slow-des.pdf>, abgerufen am 1. April. 2019.

2.5. Die Gestaltung der Gegenwart und der Zukunft

Ein Fazit, welches AFL gegen Ende seines Buches zieht, ist, dass Designer* ihren Fokus zwischen "was kommt als Nächstes?" und "was kommt jetzt?" neu ausrichten sollten. Aufstrebende Design Aktivisten* müssten darauf vorbereitet sein, mehrere Rollen in einem Stück zu spielen.²⁸ In diesem Zusammenhang erwähnt AFL den Designer Tim Brown, Präsident der *IDEO*, einer der weltweit führenden Agenturen für Design und Innovation. Brown stellt *Design Thinking* als Mittel zur Transformation der Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und Strategien vor. Dabei bezieht er sich insbesondere auf die Erforschung von *human-centred Design* als Mittel zur Erschliessung neuer Märkte.²⁹ In seinem Buch merkt AFL an, dass in den Theorien von Brown nicht darauf hingewiesen wird, dass Design ein strategisches Instrument für Unternehmen sei, um Nachhaltigkeit oder die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch die Unternehmen selbst anzugehen. AFL betont, dass Design über die Visionen von Profit hinausgehen müsse.³⁰

Eine Möglichkeit, um dies zu erreichen, wäre das Zusammenführen von lokalen Produktionszentren oder das gemeinsame Nutzen digitaler Netzwerke. Eine weitere Option, die wiederum durch das Internet ermöglicht wird, wäre der Einzelhandel mit herunterladbaren, digitalen Designs, um Schnittmuster und Anweisungen für die Herstellung bereitzustellen, oder die gemeinsame Nutzung von Designs, mit Open-Source- und Creative-Common-Lizenzen. Laut AFL könnten diese Möglichkeiten allesamt eine stille Revolution in der Produktion auf lokaler Ebene mit neuen Unternehmen und/oder einzelnen Verbrauchern* einläuten. Es könnten vermehrt lokale Materialien verwendet werden, wodurch anhand verkürzter Transportwege erheblich Energie eingespart würde.³¹ Jetzt und in Zukunft fortschrittlich zu sein, kann bedeuten, über wirtschaftlichen *Degrowth* nachzudenken, wie Herman Daly gegen Schluss des Buches von AFL zitiert wird. Laut Daly würde dies bedeuten, die Wirtschaft zu verlangsamen und unsere Energien und Bemühungen in andere gesellschaftliche Werte und Messbarkeiten zu stecken.³² Zu diesen Erkenntnissen passend zitiert Daly den viktorianischen Autor, Dichter, Künstler und Reformier John Ruskin: "That which seems to be wealth may in verity be only the gilded index of far-reaching ruin[...]."³³

²⁸ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 189.

²⁹ Brown 2008: Tim Brown, *Design thinking*, in: *Harvard Business Review*, Ausgabe Juni (2008), S. 84–92.;
<https://www.ideo.com/eu>, abgerufen am 11. März. 2019.

³⁰ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 189.

³¹ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 194.

³² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 187-188.

³³ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 39.;
Ruskin 1868: John Ruskin, *Unto this Last*, Smith, Elder and Co., London 1862. S. 253.

3. Design Aktivismus und verwandte Strategien im Vergleich

Es liegt in der Absicht von AFLs Publikation, zu versuchen, verschiedene Ansätze anderer Autoren* zu integrieren. Nimmt man allerdings jene Perspektiven ein und betrachtet AFLs Werk, so lassen sich doch einige Kritikpunkte anmerken, die ich im Folgenden erläutern werde. Ich werde versuchen, Alleinstellungsmerkmale der jeweiligen Strömungen herauszuarbeiten, sodass in einer vergleichenden Analyse Parallelen und Differenzen deutlich ersichtlich werden.

3.1. Jonathan Chapman & Nick Grant - Designers, Visionaries and Other Stories, A collection of sustainable design essays - 2005

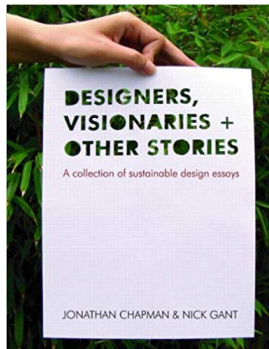


Abb. 4: Jonathan Chapman, Nick Gant, Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007.

Im Sammelband *Designers, Visionaries + Other Stories*,  *Collection of Sustainable Design Essays* werden mehrere Artikel von verschiedenen Autoren* vorgestellt. Ich werde mich dabei auf jenen von AFL selbst konzentrieren.³⁴ Er präsentiert in seinem Artikel das Konzept des Co-Designs – das Design mit, für und durch die Gesellschaft.³⁵ Dieser Ansatz wird zwar in seinem Buch *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World* kursivisch behandelt, jedoch wird das Potential des Co-Designs dort nicht als sich durchziehender Leitfaden verwendet.³⁶ Den Ansatz grösstenteils in einem einzelnen Kapitel einzudämmen, scheint jedoch nicht sinnvoll.³⁷ Insbesondere im geschichtlichen Abriss hätte es die Gelegenheit gegeben, das komplexe Wirkungsgeflecht zwischen Produkt, Designer* und Gesellschaft in all seiner Heterogenität wiederzugeben. Dagegen wird – teils durchaus auch in akkurater Weise – ein Bild der unmündigen und nicht partizipierenden Konsumgesellschaft gezeichnet.³⁸ Dies mag zwar auf makroökonomischer Ebene zutreffen, auf der mikroökonomischen generalisiert es aber stark und schliesst auf diese Weise lange erhaltene Traditionen aus. So waren etwa in vorindustrieller Zeit die Produktions- und Konsumzyklen lokal geschlossen.³⁹

Abb. 4: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Fn64eSZL_SX381_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

³⁴ Nämlich: Fuad-Luke 2007: Alastair Fuad-Luke, Re-defining the Purpose of (Sustainable) Design: Enter the Design Enablers, Catalysts in Co-design, in: Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007. S. 18 – 52.

³⁵ Fuad-Luke 2007: Alastair Fuad-Luke, Re-defining the Purpose of (Sustainable) Design: Enter the Design Enablers, Catalysts in Co-design, in: Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007. S. 37.

³⁶ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 141 – 160.;

³⁷ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 141 – 160.;

³⁸ So bezeichnet AFL das dominante Model etwa als „hierarchisch und top-down“: Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 147.

³⁹ Krausemann 2004: Fridolin Krausemann. Milk, Manure, and Muscle Power. Livestock and the Transformation of Preindustrial Agriculture in Central Europe, In: Human Ecology (2004). Band 32, Ausgabe 6. S. 735. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10745-004-6834-y#citeas> abgerufen am 20. April 2019.

Ein Vorteil des Co-Designs gegenüber dem Slow Design ist, dass bei Ersterem nicht die von vielen abgelehnte allgemeine Reduktion des Konsums propagiert wird.⁴⁰ Stattdessen können im Co-Design die Konsumenten* durch ihre Partizipation ermuntert und befähigt werden, das Produkt ihren eigenen Interessen entsprechend mit zu designen. Wenn der (professionelle) Designer* dem Co-Designer* in der Weise helfen kann, dass seine Entscheidungen, was die Auswirkungen auf die Bausteine betrifft, auf akkuraten Informationen beruhen, so wird der Konsument* beziehungsweise Co-Designer* gezwungen, nach seinem eigenen Gewissen verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen.⁴¹

3.2. John Grant - Green Marketing Manifesto - 2007

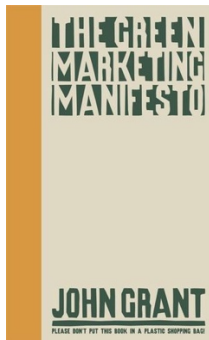


Abb. 5: John Grant, The Green Marketing Manifesto, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester 2007.

Marketing hat als mediales Mittel mit grosser Reichweite das Potential, einen markanten Einfluss auf die Gesellschaft zu nehmen. Laut AFL ist es eine der Aufgaben von Design, die Frage nach der Natur einer erstrebenswerten Gesellschaft zu stellen.⁴² Marketing ist somit ein naheliegendes Instrument, um eine Änderung der Gesellschaft zu bewirken. Somit ist es erstaunlich, dass AFL in seinem ganzen Werk nie von Marketing spricht. Dies steht in Zusammenhang mit einem generellen Mangel im Werk von AFL, was praxisbezogene Anleitungen betrifft. Der theoretische Überbau ist in stark abstrahierter Form dargelegt, und auch an bereits bestehenden, konkreten Beispiel-Projekten mangelt es nicht. Die Verbindung zwischen den Ebenen bleibt dabei aber vage, und wie der Schritt von einer sehr generalisierten Theorie zur Praxis erfolgen soll, ist nicht immer deutlich.

An anderer Stelle spricht Grant sich vermehrt dagegen aus, das Attribut *grün* zu weit auszudehnen, da dies die Gefahr der Vereinnahmung berge.⁴³ AFLs Design Aktivismus ist demgegenüber bewusst sehr breit gefächert und inklusiv. So werden von ihm etwa Tierrechte in die Nachhaltigkeit miteinbezogen.⁴⁴ Ein mögliches Problem, wenn sich Kernakteure* den Nachhaltigkeitsmarkt mit weniger nachhaltigen Produzenten*, beziehungsweise Designern* teilen müssen, ist, dass Geldmittel seitens der Konsumenten* zwar mit guter Intention ausgegeben werden, durch das intransparente Angebot aber nur mässige oder sogar gegenteilige Wirkung zeigen.

Abb. 5: https://media.wiley.com/product_data/coverImage300/12/04706873/0470687312.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

⁴⁰ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 157.

⁴¹ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 149.

⁴² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 5.

⁴³ Grant 2007: John Grant, The Green Marketing Manifesto, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester 2007. S. 21.

⁴⁴ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 12.

3.3. Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy - 2005

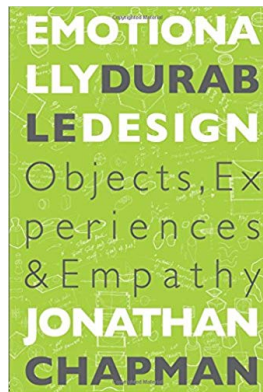


Abb. 6: Jonathan Chapman, Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy, Earthscan, London 2005.

Das dritte hier vorgestellte Werk *Emotionally Durable Design* von Jonathan Chapman unterscheidet sich in seinem Ansatz stark von den anderen Perspektiven, allein schon dadurch, dass Chapman das Konzept der Nachhaltigkeit per se nicht als sinnvoll erachtet.⁴⁵ Es werde selten definiert, was erhalten werden solle und für wie lange. Grundsätzlich ist Jonathan Chapman der Meinung, es ginge den meisten ohnehin nur um das gute Gefühl, Gutes zu tun.⁴⁶ AFL sucht im Gegensatz zu Chapman nach einer Definition für nachhaltige Entwicklung. Generell versteht man darunter die Balance von Umwelt, Mensch und Natur.⁴⁷ Eine Mineralölsteuer beispielsweise, deren Erlös zu sozialen Zwecken ausgegeben wird, würde diese Balance stören, denn im ökonomischen Bereich würde die Steuer netto-negative Auswirkungen haben und wäre somit nicht nachhaltig. Die meisten Menschen – ebenso vermutlich AFL selbst – würden diese Steuer aber wohl als nachhaltig bezeichnen.

Aufgrund seines Problems mit dem Konzept der Nachhaltigkeit spricht Chapman lieber von „emotionally durable design“. Für ihn ist eine emotionale Nutzer-Objekt-Verbindung essentiell, insbesondere angesichts der Massen von entsorgten, vollkommen funktionsfähigen Produkten.⁴⁸ Es gilt daher, diese emotionale Nutzer-Objekt-Verbindung mit verschiedensten Mitteln zu verstärken und zu verlängern. Umgekehrt sollten aber die Komponenten eines Produktes dieses nicht allzu sehr überdauern, sodass eine Entwicklung hin zu einer neuen Erfahrung des Produkts, das sich gegen Ende seines Lebens langsam entmaterialisiert, stattfinden kann. AFL fordert demgegenüber, dass die Lebenszeit von Materialien sehr stark verlängert werden solle.⁴⁹ Dies könnte aber für zukünftige Generationen ein schwerwiegendes Endlager- und Recycle- oder Umweltproblem bedeuten.

Abb. 6: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51sISry3StL._SX331_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

⁴⁵ Chapman 2005: Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, London 2005. S. 25.

⁴⁶ Chapman 2005: Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, London 2005. S. 25.

⁴⁷ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 24.

⁴⁸ Chapman 2005: Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy*, Earthscan, London 2005. S. 54.

⁴⁹ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, *Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, Earthscan, London 2009. S. 157.

4. Fazit

Das Buch von AFL bietet eine theoretische Grundlage für das Verständnis von Design Aktivismus für nachhaltiges sowie verantwortungsbewusstes Denken. Die unterschiedlichen Grundlagen sowie ergänzenden theoretischen Bezüge, welche sich bereits vor vielen Jahren etabliert haben und auch in anderen Bereichen entwickelt wurden, erweitern das Verständnis in diesem Gebiet. Jedoch zeigt das Werk an mehreren Stellen Ansatzpunkte, die im Rahmen dieser schriftlichen Bachelorarbeit aufgezeigt wurden, denen man sich kritisch gegenüberstellen sollte.

An erster Stelle ist hier das unklar umrissene Aufgabengebiet des Design Aktivismus zu nennen. Das vermeintliche gemeinsame Ziel der Nachhaltigkeit ist undeutlich und nicht einheitlich definiert, sodass es gemeinhin als nachhaltig akzeptierte Prozesse nicht berücksichtigt, wie im obigen Kapitel exemplarisch gezeigt wurde. Auch bietet eine derart breitgefächerte Definition die Möglichkeit, *greenwashing* zu betreiben und die Bewegung zu unterwandern, indem zwischen einem Unternehmen und seinem umweltfreundlichen und verantwortungsbewussten Image keinerlei ideologische Übereinstimmungen bestehen.

Zweitens gibt AFLs Werk angehenden Design Aktivisten* wenig konkrete Anhaltspunkte, wie denn eine nachhaltigere Welt zu erschaffen sei. Und dies liegt sicherlich nicht daran, dass es solche Anhaltspunkte nicht gäbe. Verwendete man etwa in der Elektronikindustrie für Geräte modulare Bauweise, müssten die entsprechenden Geräte bei teilweiser Funktionsunfähigkeit nicht komplett ersetzt, sondern lediglich das defekte Teil ausgetauscht werden. Auch (markenunabhängige) Elektroreparaturstellen analog einer Autowerkstatt wären denkbar. Gar nicht angesprochen wird schliesslich die geplante Obsoleszenz, ein Kernproblem der modernen Konsumgesellschaft, das Designer* im Besonderen betrifft. Sehr fruchtbare Ansätze wie die emotionale Bindung zwischen Nutzer und Produkt werden in einem Satz abgehandelt und wieder beiseitegelegt. AFL macht mit seiner Verbindung von Aktivismus und Avantgarde zwar keinen abgehobenen Eindruck, erweckt jedoch die Vorstellung des gegen die in Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt dominierenden Elemente ankämpfenden Aktivisten*.⁵⁰ Dabei hat gerade ein Grosskonzern das Potenzial, mit minimalen Änderungen enorm positive Effekte für Gesellschaft und Umwelt zu erzielen, wie AFL selbst an einem einfachen Zahlenbeispiel anschaulich verdeutlicht,⁵¹ diesen kontraintuitiven Ansatzpunkt aber dann beiseitelegt und nicht weiter diskutiert.

Drittens fällt der Mangel an Anleitungen auf. Das theoretische Wissen, welches sich der Design Aktivist* anzueignen hat, wird zwar in stark abstrahierter Form generalisiert dargelegt, es ist jedoch schwierig, ein konkretes Handlungsmuster daraus abzuleiten. Einige Aspekte, welche AFL betont, etwa, dass Kooperation wichtig sei oder dass es gelte, Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt voran zu bringen,⁵² sollten meiner Meinung nach bereits als Allgemeinwissen vorausgesetzt sein. Dafür sollten konkretere praktische Handlungsanweisungen vorgestellt werden.

Der vierte Kritikpunkt zu AFLs Werk betrifft das gänzliche Fehlen des Marketingaspekts, was möglicherweise in Zusammenhang damit steht, dass AFLs Werk sehr theoretisch aufgebaut ist und daher zwangsläufig eine gewisse Schwerfälligkeit im Übergang von der Theorie zur Praxis aufweist.

⁵⁰ Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 26.

⁵¹ Fuad-Luke 2007: Alastair Fuad-Luke, Re-defining the Purpose of (Sustainable) Design: Enter the Design Enablers, Catalysts in Co-design, in: Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007. S. 9.

⁵² Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 24.

Ergänzend zu den oben aufgeführten Diskussionspunkten für verantwortungsvolles und nachhaltiges Design und dessen Umsetzung beschreibt Victor Papanek in seinem Buch *Design for the real World* im Jahr 1974 folgenden Ansatz: “Design, if it is to be ecologically responsible and socially responsive, must be revolutionary and radical in the truest sense. It must dedicate itself to nature’s principle of least effort. [...] That means consuming less, using things longer, recycling materials, and probably not wasting paper printing books.”⁵³

5. Verbindung zur praktischen Bachelorarbeit

Nach AFL ist es massgebend, dass auch Designer* eine politische Haltung einnehmen, um so zu weltbewegenden Themen klar Stellung zu beziehen. Es ist dabei deutlich herauszulesen, dass Designer* aufgerufen werden, über den Tellerrand zu schauen und sich Themen anzunehmen, die zunächst branchenintern auftauchen, aber auch die Welt betreffen können. Dieses bewusste Handeln soll durch Open-Source Plattformen (Co-Design), Design-Thinking und Human-Centered Design gezielter auf Mensch, Umwelt und Wirtschaft ausgerichtet sein, und zwar nicht mit dem Ziel, neue Probleme zu schaffen, sondern lösungsorientiert zu handeln.

Ziel meiner praktischen Bachelorarbeit – *Orient meets Occident* – ist es, die theoretischen Ansätze des Slow Design zu verfolgen. Dank dem theoretischen Wissen, das ich mir durch die eingehende Beschäftigung mit AFLs Werk erarbeiten konnte, kann ich die essentiellen Kriterien von denen ich mich bei der Erstellung meiner Kollektion leiten liess, bewusster definieren. Konkret habe ich mich bei meiner Bachelor-Arbeit dafür entschieden, einem Alltagsprodukt ein neues Gesicht zu verleihen. Ich wollte ein Textil bespielen, das in unsere tägliche Routine eingebunden ist. Durch mein Praktikum in der Türkei, konnte ich die dort ansässige Hamam-Kultur besser kennen und schätzen lernen. Ein Peshtemal oder Hamam-Tuch wird während des ganzen Aufenthaltes im Badebereich um die Hüfte bzw. den Busen gewickelt getragen. In jedem Haushalt der Türkei sind Peshtemals zu finden; sie trocknen schneller als Frottierware, brauchen weniger Platz und sind leichter. Das Ziel meiner Kollektion ist es, das entschleunigende Ritual des Hamam in unsere Schweizer Bäder zu bringen. Um eine authentische Erfahrung gewährleisten zu können greife ich auf qualitativ hochwertige Textilien zurück, die in sozialen Kooperationen von Hand hergestellt wurden. Die Produkte welche ich für meine Kollektion verwendet habe stammen von der Firma, bei der ich mein Praktikum absolviert habe. Seit einigen Jahren liegen diese weissen, uni Hamam-Tücher im Lager oder sind „Ladenhüter“. Bei den Designs für die Hamam-Tücher beziehe ich mich auf eine Quelle aus meiner Heimat, der Schweiz. Im Glarnerland wurden bis in die 1980er Textilien bedruckt, vornehmlich Tücher. Diese *Yazmaz* wurden als Exportprodukt aus der Schweiz in das Ottomanische Reich geliefert. Die dafür gestalteten Motive sind meist opulent und sehr farbenfroh. Diese historischen Entwürfe sind unterschiedlich zu behandeln, es sind durchaus auch minimalistische oder lineare Entwürfe vorhanden, nur benötigen auch diese kontemporären Dessins einen neuen Kontext, um im Jetzt Kunden ansprechen zu können. Für die Entwürfe und Inspirationen der Motive, welche die Hamam-Tücher meiner Kollektion zieren werden, habe ich mir darum vorgenommen, diese zeitlos, neutral und trotzdem so spannend wie möglich zu gestalten. In Sachen Farben werde ich behutsam bzw. überlegt mit meinen Ressourcen umgehen, daher habe ich mich final dazu entschlossen meine Kollektion *Orient meets Occident* in Schwarzweiss umzusetzen.

Die oben genannten Entscheidungen wie ich Ressourcen, Design, Produkt, Material, Zielgruppe, Farbe und die Philosophie hinter der Kollektion zusammenkommen, konnte ich dank dieser Arbeit entschiedener fällen. Ich bin überzeugt es hat mir geholfen, meinen Blick über den Tellerrand einmal mehr zu erweitern und es hat mich positiv auf eine aktive Zukunft gestimmt.

⁵³ Papanek 1974: Victor J. Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, Paladin, St Albans UK 1974. S. 343.

6. Quellenverzeichnis – Bücher, Artikel, Internetverzeichnis

Bücher:

Brand 1971: Stewart Brand, Whole Earth Catalogue, Random House, USA 1971.

Chapman, Gant 2012: Jonathan Chapman, Nick Gant, Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007.

Chapman 2005: Jonathan Chapman, Emotionally Durable Design – Objects, Experiences & Empathy, Earthscan, London 2005.

Dolan 2014: Paul Dolan, Happiness by Design – Finding Pleasure and Purpose in Everyday Life, Penguin Books, London 2014.

Erlhoff, Marshall: Michael Erlhoff, Timothy Marshall, Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology, Birkhäuser-Verlag, Basel/Boston/Berlin 2008.

Fuad-Luke 2013: Alastair Fuad-Luke, "Slow design: A paradigm for living sustainably", Emerald Group Publishing Limited, London 2013

Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009.

Grant 2007: John Grant, The Green Marketing Manifesto, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester 2007.

Jackson 2004: Tim Jackson, Chasing Progress: Beyond Measuring Economic Growth, New Economics Foundation, London 2004.

Jackson 2006: Tim Jackson, The Earthscan Reader in Sustainable Consumption, Earthscan, London 2006.

MacKinnon 2013: J.B MacKinnon, The once and Future World – Nature as it was, as it is, as it could be, Houghton Mifflin Harcourt, Boston 2013.

Neutra 1954: Richard Neutra, Survival through Design, OUP, Oxford 1954.

van Hinte 2004: E. van Hinte, Eternally Yours, Time in Design, 010 Publishers, Rotterdam 2004.

Hosey 2012: Lance Hosey, The Shape of Green – Aesthetics, Ecology and Design, Island Press, London 2012.

Papanek 1971: Victor J. Papanek, Design for the Real World – Human Ecology and Social Change, Pantheon Books, New York 1971.

Porritt 2007: Jonathon Porritt, Capitalism as if the World Matters, revidierte Version, Earthscan, London 2007.

Ruskin 1868: John Ruskin, Unto this Last, Smith, Elder and Co., London 1862.

Scalin, Taute 2012: Noah Scalin, Michelle Taute, The Design Activist's Handbook: How to Change the World (Or at Least Your Part of It) with Socially Conscious Design, HOW Books, Chicago 2012.

Simon 1969: H. Simon, The Sciences of the Artificial, MIT Press, Cambridge 1969

Thackara 2005: J. Thackara, In the Bubble: Designing in a Complex World, MIT Press, Cambridge 2005.

Artikel:

Brown 2008: Tim Brown, Design thinking, in: Harvard Business Review, Ausgabe Juni (2008).

Daly 1999: Herman E. Daly. Uneconomic growth in theory and fact, in: Faesta Review 1 (1999), Nr. 1.

Fuad-Luke 2002: Alastair Fuad-Luke, "Slow design" – a paradigm shift in design philosophy, in: Development by Design, Bangalore, India, November (2002), <https://carlosfiorentino.files.wordpress.com/2010/03/slow-des.pdf>, abgerufen am 1. April. 2019.

Fuad-Luke 2005: Alastair Fuad-Luke, A new model of well-being to design "products" that sustain people, environments and profits, Centre for Sustainable Design, Farnham 2005.

Fuad-Luke 2007: Alastair Fuad-Luke, Re-defining the Purpose of (Sustainable) Design: Enter the Design Enablers, Catalysts in Co-design, in: Designers, Visionaries + other Stories, A collection of sustainable design essays, Earthscan, London 2007. S. 18-46.



Kindlimann 2018: Sibyll Kindlimann. Textildruck – Glarner Wirtschaftswunder und spezifisches Kulturgut, in: NIKE Bulletin 3 (2018), Nr. 3, S. 20–25.

Krausemann 2004: Fridolin Krausemann. Milk, Manure, and Muscle Power. Livestock and the Transformation of Preindustrial Agriculture in Central Europe, In: Human Ecology (2004). Band 32, Ausgabe 6. S. 735 – 772. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10745-004-6834-y#citeas> aufgerufen am 20. April 2019.

Internetverzeichnis:

Faesta Review:

www.feasta.org/documents/feastareview/daly1.pdf, aufgerufen am 11. März. 2019.

Forum for the Future:

<https://www.forumforthefuture.org/>, abgerufen am 01. April. 2019.

<https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>, abgerufen am 01. April. 2019.

Glarner Wirtschaftsarchiv:

http://www.glarnerwirtschaftsarchiv.ch/frameset.asp?fHigherChapter_ID=1&fChapters_id=1&fSubChapters_id=120&ID_Contents=&fTemplatefile=inhalt.asp&blnPreview=False&fLanguage_ID=1&fSeason_ID=1, abgerufen am 11. März. 2019.

IDEO:

<https://www.ideo.com/eu>, aufgerufen am 11. März. 2019.

Jonathon Porritt:

<http://www.jonathonporritt.com/>, aufgerufen am 11. März. 2019.

<https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>, abgerufen am 01. April. 2019.

Slow Food:

www.slowfood.com/, aufgerufen am 11. März. 2019.

www.agranelli.net/DIR_rasseгна/convegno_Slow+Design.pdf, aufgerufen am 11. März. 2019.

Slow Design:

www.slowdesign.org, abgerufen am 11. März. 2019.

<https://carlosfiorentino.files.wordpress.com/2010/03/slow-des.pdf>, abgerufen am 1. April. 2019.

7. Abbildungen



Abb. 1: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51ttm5ui3NL._SX331_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

Abb. 2: <https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>, abgerufen am 01. April. 2019.

Abb. 3: Fuad-Luke 2009: Alastair Fuad-Luke, Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World, Earthscan, London 2009. S. 9.

Abb. 4: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Fnb64eSZL._SX381_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

Abb. 5: https://media.wiley.com/product_data/coverImage300/12/04706873/0470687312.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

Abb. 6: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51slSry3StL._SX331_BO1,204,203,200_.jpg, abgerufen am 20. April. 2019.

8. Lauterkeitserklärung

Ich, Alexander Amir Khan, erkläre, dass es sich bei dem eingereichten Text mit dem Titel

Theorien des Design Aktivismus



Eine kritische Analyse des Werkes von Alastair Fuad-Luke

um eine von mir und ohne unerlaubte Beihilfe in eigenen Worten verfasste Arbeit handelt. Ich bestätige, dass die Arbeit in keinem ihrer wesentlichen Bestandteile bereits anderweitig zur Erbringung von Studienleistungen eingereicht worden ist. Sämtliche Bezugnahmen auf in der oben genannten Arbeit enthaltene Quellen sind deutlich als solche gekennzeichnet. Ich habe bei Übernahmen von Aussagen anderer Autorinnen und Autoren sowohl in wörtlich übernommenen Aussagen (= Zitate) als auch in anderen Wiedergaben (= Paraphrasen) stets die Urheberschaft nachgewiesen. Ich nehme zur Kenntnis, dass Arbeiten, denen das Gegenteil nachweisbar ist – insbesondere, indem sie Textteile anderer Autoren ohne entsprechenden Nachweis enthalten – als Plagiate im Sinne der Aufnahme- und Prüfungsordnung der Hochschule Luzern (Art. 24) betrachtet und mit rechtlichen und disziplinarischen Konsequenzen geahndet werden können.

Matrikelnummer: 16-488-025

