

# Nachhaltigkeit: Avoiding Design

## Warum gutes Design kein Design ist und auch das Nicht-Designen und Vermeiden von Produkten Gestalterhandwerk sein muss

Philipp Schütz, Oliver Gerstheimer, Philipp Englisch

*„Avoiding Design“ bezeichnet nicht nur das Verhindern durch Design, sondern auch das Vermeiden von Design an sich – also das bewusste Nicht-Designen, um Produkte grundlegend an ihrer Entstehung zu hindern. Es schafft ein Bewusstsein dafür, dass ein gleicher oder größerer Nutzen für die Nachhaltigkeit erzeugt wird, wenn man etwas so belässt wie es ist oder etwas wegnimmt, anstatt etwas hinzuzufügen. Die Natur des Designs ist formgebend und in die Welt hinein entwerfend. Dass das Ergebnis des Designprozesses aber auch formnehmend oder verwerfend sein kann, wird kaum in Betracht gezogen. Anstatt bestehende Produkte nur einem nachhaltigen Redesign zu unterziehen oder völlig neue hinzuzufügen, müssen Designentscheidungen grundlegend hinterfragt und rückgängig gemacht werden, um die Anzahl von Produkten insgesamt zu reduzieren.*

*Keywords: Avoiding Design, Nachhaltigkeit, Produktdesign, Human Centered Design, Vermeiden*

### **Warum wir nachhaltiges Design neu denken müssen**

---

Wenn es um die Frage geht, wie eine nachhaltige und lebenswerte Umwelt gestaltet werden kann, nimmt das Design eine zentrale Rolle ein. Angesichts der Herausforderungen durch den Klimawandel, die Umweltverschmutzung und den Ressourcenverbrauch sind Designer zunehmend in der Verantwortung die Entwicklung von nachhaltigen und umweltverträglichen Gestaltungslösungen voranzutreiben. Doch wann ist Design wirklich nachhaltig?

Das Geschirr wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und in Spülmaschinen mit wassersparenden ECO-Programmen gereinigt, Autos werden elektrisch angetrieben, unsere Kleidung wird sozialverträglich produziert und klimaneutral versendet. Nachhaltiger geht es nicht. Oder doch?

Denn auch für ein vermeintlich nachhaltiges Produkt müssen Rohstoffe abgebaut oder Materialien aufbereitet werden. Das Produkt muss unter Energiezufuhr produziert, transportiert und nach seiner Lebenszeit einem Up-/Down- oder Recyclingprozess zugeführt werden. Die aufmerksame Beobachtung unseres Alltags zeigt zudem, dass das Nutzungsverhalten des Anwenders in vielen Fällen alles andere als nachhaltig ist. Dass ein nachhaltiges Designprodukt, das nicht konsequent nutzerzentriert und ganzheitlich entworfen wurde im realen Nutzungskontext versagt und überhaupt nicht nachhaltig genutzt wird.

Das Schnellprogramm der Spülmaschine passt eben besser in unseren Alltag als das vierstündige und laute ECO-Programm. Das Bambus-Geschirr, sofern überhaupt Spülmaschinen geeignet, verliert nach dem dritten Spülgang seine Form und setzt dann noch *krebserregende Stoffe frei* (Wintermantel, B., Ökotest, 2019). Die Frage nach der langfristigen Verwertung von Batterien aus Elektroautos bleibt unbeantwortet. Für die Onlinebestellung werden ein paar Cent an eine Naturschutzorganisation gespendet, der Dieselmotor des LKWs muss mein Päckchen dennoch quer über den Kontinent befördern. Ist Nachhaltigkeit, wie wir sie bisher versuchen umzusetzen wirklich ernsthaft nachhaltig? Ist das „Nachhaltigmachen“ von Produkten ausreichend, um die Probleme des übermäßigen Produktkonsums in den Griff zu bekommen?

Es wird in Zukunft nicht um die Frage gehen, wie ein Produkt nachhaltig gestaltet werden kann, sondern darum, ob es im Sinne der Nachhaltigkeit überhaupt gestaltet werden muss! Designer sind moralisch dazu verpflichtet gute Produkte zu gestalten. Aber sind sie umgekehrt nicht ebenso verpflichtet schlechte Produkte nicht zu gestalten?

## Definition

---

### Vom Produktdesigner zum Produktverhinderer

„Avoiding Design“ bezeichnet nicht nur das Verhindern durch Design sondern auch das Vermeiden von Design an sich – also das bewusste Nicht-Designen, um Produkte grundlegend an ihrer Entstehung zu hindern. Es schafft ein Bewusstsein dafür, dass ein gleicher oder größerer Nutzen für die Nachhaltigkeit erzeugt wird, wenn man etwas so belässt wie es ist oder etwas wegnimmt, anstatt etwas hinzuzufügen. Die Natur des Designs ist formgebend und in die Welt hinein entwerfend. Dass das Ergebnis des Designprozesses aber auch formnehmend oder verwerfend sein kann, wird kaum in Betracht gezogen. Anstatt bestehende Produkte nur einem nachhaltigen Redesign zu

unterziehen oder völlig neue hinzuzufügen, müssen Designentscheidungen grundlegend hinterfragt und rückgängig gemacht werden, um die Anzahl von Produkten insgesamt zu reduzieren.

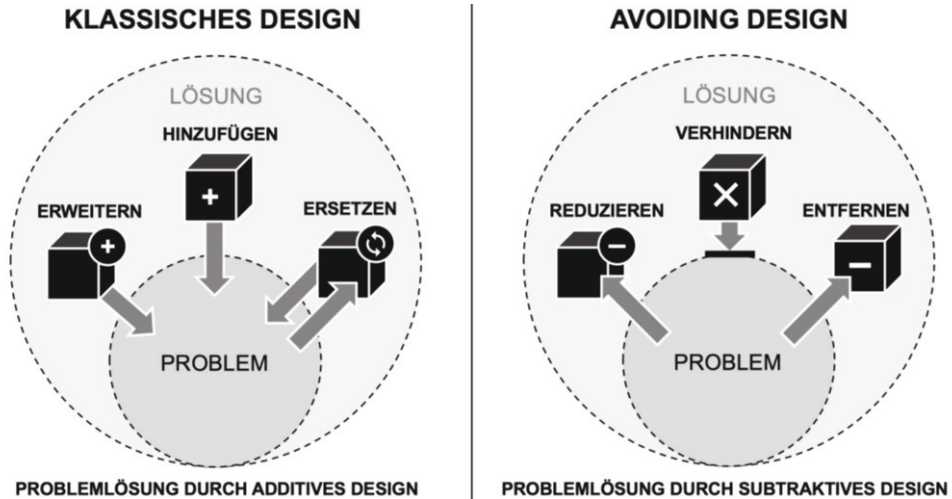


Abbildung 1: Gegenüberstellung Funktionsweise Klassisches Design und Avoiding Design

Ziel muss es sein das nachhaltig wirkende „hübsch verpacken“ von ökologisch und sozial hässlichen Dingen durch Design zu verhindern. Nicht-Design muss als fester Teil des Gestalterhandwerks etabliert und als Ergebnis eines Designprozesses akzeptiert werden. Als Vertreter unserer Umwelt und im Interesse des Benutzers müssen Designer Haltung zeigen und sagen dürfen: „Nein! Das Produkt hat negative Auswirkungen. Es darf nicht hergestellt werden und deshalb werde ich kein Design dafür entwickeln.“

Bisher wurde hauptsächlich versucht einen Teil der existierenden Produkte nachhaltiger zu machen und neue nachhaltigere Produkte hinzu zu designen, anstatt über neue disruptive Ansätze nachzudenken. Wenn wir es schaffen würden die am wenigsten benötigten Dinge rückgängig zu machen und die Anzahl der neu zu entwickelnden Dinge um 10% zu reduzieren, hätte das enorme Auswirkungen auf unsere Ressourcen, den CO2-Ausstoß, den Abfall, etc.. Klingt das nicht nach einem erstrebenswerten Ziel?

Ein Artikel im Harvard Business Manager bringt es auf den Punkt: „75 Prozent der industriell verpackten Produkte und Einzelhandelsgüter bringen im ersten Jahr weniger als 7,5 Millionen Dollar ein.“ (Schneider, J., Hall, J., Manager Magazin, 2020). Das zeigt, dass sich nur ein sehr geringer Anteil an Produkten auf dem Markt ernsthaft etablieren

kann. Der Großteil scheitert schon nach kurzer Zeit! Ein unglaubliches Potenzial für die Produkt-Verhinderung. Designer müssen Methoden und Tools etablieren, um diese Produkte schon vor ihrer Entstehung zu verhindern. Das nachhaltigste Produkt ist schließlich jenes, das nicht hergestellt werden muss.

Wer nun glaubt, dass die Lösung für jedes nicht nachhaltige analoge Produkt automatisch in einem digitalen Ersatz, beispielsweise in Form einer App oder einer Website zu finden ist, liegt mitunter falsch. Denn auch diese wollen erstellt, betrieben, gepflegt, heruntergeladen und aktualisiert werden. *„Digitalisierung ist nicht per se nachhaltiger und umweltschonender. [...] Weltweit produzieren IT-Geräte und Anwendungen 800 Millionen Tonnen CO2 pro Jahr – das entspricht in etwa den Gesamtreibhausgas-Emissionen Deutschlands.“* (Schmidt, E., zdf heute, 2019).

## **Die vier Kernprinzipien von Avoiding Design**

1. Prevent = verhindern, verhüten, abhalten – Die Entstehung verhindern
2. Avoid = vermeiden, umgehen, ausweichen – Eine Alternative schaffen
3. Remove = entfernen, wegnehmen, abschaffen, beseitigen – Etw. rückgängig machen
4. Affect = beeinflussen, verändern – Das Nutzerverhalten verändern

## **Wie Avoiding Design angewendet wird**

*„Das Design eines jeden Produktes ohne Bezug zu seinen soziologischen, psychologischen oder ökologischen Umgebungen ist nicht länger möglich oder akzeptabel.“* (Papanek, V., 1985, S. 188). Avoiding Design muss immer dann zum Einsatz kommen, wenn durch die zu gestaltende Lösung negative Auswirkungen auf die Umgebungen zu erwarten wären oder bereits eine vergleichbare Lösung existiert, die das Neu-Design überflüssig macht.

Dabei stützt sich Avoiding Design auf die von den Vereinten Nationen definierten Sustainable Development Goals (SDG's). Absatz 28 der 2030-Agenda lautet: *„Wir (die Länder) verpflichten uns, die Art und Weise, wie unsere Gesellschaft Güter und Dienstleistungen produzieren und konsumieren, grundlegend zu ändern.“* Weiter heißt es in SDG 12.5: *„das Abfallaufkommen bis 2030 durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich zu verringern.“* (United Nations, 2015).

Gefordert ist demnach eine ganzheitliche Betrachtungsweise im Gesamtkontext unter Berücksichtigung aller direkten und indirekten Einflussfaktoren und Auswirkungen auf

die Umwelt – auch die die nicht auf den ersten Blick sichtbar sind oder relevant erscheinen. Ein Designprozess sollte in Frage gestellt werden, wenn eines der folgenden Kriterien nicht erfüllt werden kann:

1. Nachwachsende bzw. recycelte Rohstoffe (Eindeutige Herkunft)
2. Gute und sichere Abbaubedingungen
3. Soziale Gerechtigkeit und faire Bezahlung
4. Kurze und umweltschonende Transportwege
5. Saubere und sichere Produktionsbedingungen
6. Geringer Energieverbrauch aus erneuerbaren Energien
7. Vermeidung von Produktionsabfällen
8. Ehrliches und authentisches Marketing
9. Fairer Handel & Vertrieb
10. Eindeutiger Nutzungskontext (Nutzerbefragungen, Usertestings etc.)
11. Positiver Einfluss auf das Nutzungsverhalten des Menschen
12. Eindeutiger Mehrwert für den Nutzer
13. Geklärte Entsorgung bzw. Re-/Down/Upcycling
14. Prüfung von einfachen oder bereits existenten Alternativen

## **Bedeutung & Schnittmengen**

Durch das vermeidende bzw. reduzierende Prinzip wirkt sich der Ansatz besonders positiv auf die Umwelt aus. Ressourcen werden geschont, überflüssige Arbeitsschritte vermieden. Klima und Natur können sich erholen. Zudem wird die Entstofflichung des Wirtschaftssystems unterstützt und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen indirekt gefördert. Da Avoiding Design vorhandene Einsparpotenziale konsequent nutzt, ist es wirtschaftlich von großem Interesse. So können z.B. Prozesse vereinfacht oder Ressourcen für die Produktion eingespart werden.

Nicht nur bei Avoiding Design steht das Vermeiden von Produkten im Fokus. Die Minimalismus-Bewegung und die Sharing Economy haben ernstzunehmende Alternativen zum Produktbesitz geschaffen. In einer globalisierten Welt, in der jedes Produkt und

jede Dienstleistung nur einen Klick entfernt ist, sind diese Modelle von hoher Bedeutung. Sie reduzieren Komplexität, fördern einen bewussten Umgang mit Konsum und schaffen dadurch die Voraussetzungen für ein einfaches, achtsames und gutes Leben.

## **Preventing Design – Die Entstehung verhindern**

---

### **Designer sind die Geburtshelfer von Produkten**

Designer finden sich häufig in der Rolle des Geburtshelfers von analogen wie digitalen Produkten wieder, ausgelöst durch Anforderungen von Unternehmen und Bedürfnissen von Kunden. Zu Beginn eines Designprozesses existieren also „*gewisse äußere Randbedingungen*“ (Burckhard, L., 1980, S. 13), in die der Designer hineingestaltet.

Es ist das Design, durch das das zu entwerfende Produkt die notwendige funktionale und ästhetische Qualität erhält. Im Umkehrschluss bedeutet das aber auch, dass das Produkt ohne das Eingreifen des Designers womöglich nie die nötige Reife für die Markteinführung erlangt hätte und nie produziert worden wäre. Die Vermeidung von Produkten vor ihrer Entstehung durch das Verhindern von Design scheint da naheliegender. Die Designer müssen sich ihrer verantwortungsvollen Rolle als Gestalter unserer Umwelt bewusst sein – sowohl in schöpferischer als auch in verhütender Weise. Sie sind es, die den Produkten Leben einhauchen und sie mit Funktionen, Botschaften und Emotionen aufladen, die uns zum Kaufen animieren – oder eben nicht.

Design muss „*weniger, aber besser*“ sein (Rams, D., 1994). Produktdesign-Altmeister Dieter Rams formulierte in den 1970er Jahren 10 Thesen für gutes Design. Die beiden letzten Thesen lauten: „*Gutes Design ist umweltfreundlich*“ & „*Gutes Design ist so wenig Design wie möglich*“. Wenn neue Dinge gestaltet werden, die nicht umweltfreundlich sind und nur wegen ihrer schönen Farbe oder Form überhaupt hervorgebracht werden, handelt es sich zweifelsfrei um überflüssiges Design. Dann kommt man nicht umhin die Thesen von Rams so zu interpretieren, dass durch so wenig Design wie möglich, nur so viele Dinge wie nötig entstehen dürfen. „*Es gibt keine Zukunft mit immer mehr Überflüssigem*“ (Rams, D., 2018). Warum verfügen Designer über eine breite Palette an Werkzeugen und Methoden zum Entwerfen aber haben nur so wenige Möglichkeiten zum Verwerfen?

### **Direkte und indirekte Auswirkungen**

Konventionelles Design versucht durch das Hinzufügen eines Produktes eine Lösung herbeizuführen und so eine Situation vordergründig zu verbessern. Der folgende Ver-

gleich am Beispiel des Konsumentenproduktes Bratpfannendeckel (B2C) veranschaulicht, dass die Lösung eines Problems durch diese additive Auslegung von Design direkte und indirekte Auswirkungen hat und zudem neue Probleme verursachen kann. Eine ganzheitliche Betrachtungsweise unter Berücksichtigung aller Einflussfaktoren führt zu der Erkenntnis, dass es mitunter nachhaltiger ist, eine Lösung nicht herbeizuführen oder durch das Verändern der äußeren Rahmenbedingungen eine zufriedenstellende Lösung zu erzeugen.

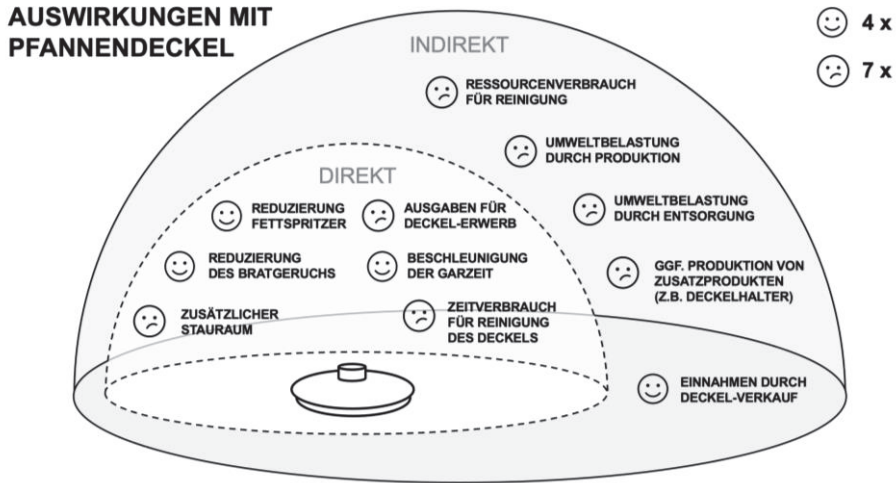


Abbildung 2: Direkte und indirekte positive und negative Auswirkungen mit Pfannendeckel

Ohne Deckel muss der Benutzer zwar die direkten Auswirkungen für die Reinigung der Arbeitsfläche und den Bratgeruch in Kauf nehmen, vermeidet dadurch aber eine Vielzahl von negativen indirekten Auswirkungen, die durch eine Deckelproduktion entstehen würden. Durch Anpassung der äußeren Rahmenbedingungen und des Nutzerverhaltens können die direkten negativen Effekte zudem einfach minimiert werden. Das geöffnete Fenster lässt den Bratgeruch direkt hinaus und frische Luft hinein, die gedrosselte Brattemperatur reduziert Fettspritzer und gleichzeitig den Energieverbrauch des Herdes.

In unserem Beispiel ist die Summe der positiven und negativen Auswirkungen in beiden Szenarien ähnlich, sie verschieben sich allerdings vom direkten in den indirekten Bereich. Durch das Nicht-Herstellen und die Nicht-Nutzung eines Produktes bleiben zwar bestimmte Bedürfnisse des Menschen unbefriedigt, es wird aber ein indirekter Nutzen für die Umwelt erzielt.

## AUSWIRKUNGEN OHNE PFANNENDECKEL

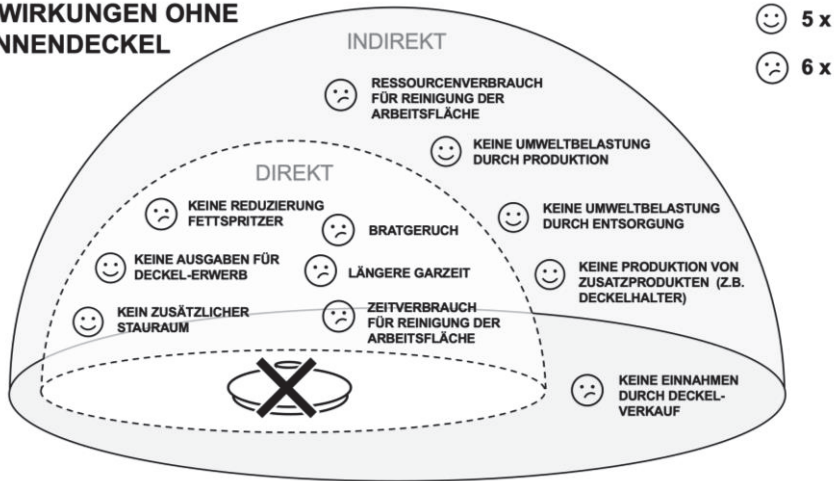


Abbildung 3: Direkte und indirekte positive und negative Auswirkungen ohne Pfannendeckel

Auch im B2B-Bereich kann Avoiding Design angewendet werden, denn Änderungen entwickeln hier oftmals einen skalierenden Effekt und steigern das Einsparpotenzial um ein Vielfaches. Im konkreten Beispiel möchte das Unternehmen im Zuge eines Marken-Relaunches eine individuelle Schrift gestalten lassen. Das Design-Team kommt aber nach Prüfung aller Faktoren zu dem Schluss, dass das Nicht-Designen der Schrift den größten Nutzen für das Unternehmen hat, als es der Wiedererkennungswert durch die individuelle Typografie jemals erreichen würde. Die Entwicklung der Schrift würde Monate dauern, die Implementierung in den verschiedenen Systemen und Plattformen wäre aufwändig und teuer. Sie hätte mitunter eine schlechtere Performance und Kompatibilitätsprobleme zur Folge. Durch die Betrachtung der tatsächlichen Nutzungsszenarien spart das Unternehmen durch den bewussten Verzicht auf Design wichtige Ressourcen.

## Avoiding Design – Alternativen nutzen

### Design ist kontraproduktiv

Die Feststellung, dass konventionelles Design kontraproduktiv ist nicht neu. „Es gibt Berufe, die schädlicher sind als Industriedesign, aber nur wenige“ urteilt Victor Papanek gleich zu Beginn seines Buches Design for the Real World (Papanek, V., 1985, S. 188). Diese Einschätzung teilt auch Lucius Burckhardt in seinem Text Design ist unsichtbar:



*„Jeder neue Entwurf bewirkt im Gebrauch Änderungen und diese Änderungen ziehen die Notwendigkeit neuer Entwürfe nach sich. Werden alle diese nacheinander sich öffnenden Probleme konventionell, nämlich als Einzelprobleme gelöst, so entsteht Kontraproduktivität.“* (Burckhard, L., 1980, S. 20).

Produkte lassen sich einfach vermieden, indem man sich auf das Design von unsichtbaren Teilen eines Systems fokussiert. Burckhard beschreibt Design als *„...unsichtbare Gesamtsysteme, bestehend aus Objekten und zwischen-menschlichen Beziehungen...“* Um den Vorgang des Zeitungskaufens am Kiosk zu beschleunigen schlägt er vor *„vereinheitlichte, runde Zeitschriftenpreise oder Zeitungsabonnement-Karten, anstelle eines neuen elektronischen Zeitschriftenautomaten einzuführen.“* Burckhard, L., 1980, S. 14).

Anstelle des Produktes als Lösung für ein Problem innerhalb von Randbedingungen, wird stattdessen ein Eingriff im Gesamtsystem (außerhalb der Randbedingungen) vorgenommen. Es findet also eine „unsichtbare“ Intervention an einer übergeordneten Stelle im System statt, die eine „konventionelle“ Designlösung nicht mehr erforderlich macht. Getreu dem Motto „think outside the box“.

## **Eine vorhandene Alternative nutzbar machen**

Ein konkretes Beispiel für Burckhardts Ansatz im digitalen Zeitalter und gleichzeitiger Beleg für das Avoiding Design Prinzip:

Ein B2B-Unternehmen möchte die Verkäufe von Verbrauchsmaterialien über seinen Onlineshop steigern. Anstelle eine neue Marketingkampagne oder eine App zu entwickeln, entschließt sich das Design-Team die Struktur der bestehenden Website zu vereinfachen, sodass der Besucher mit weniger Klicks zu den kaufbaren Produkten im Shop gelangt. Ein unsichtbarer Eingriff, durch den der Umsatz über den Onlineshop innerhalb eines Jahres verdoppelt werden konnte. Als positiver Nebeneffekt, konnten auch die Kosten für die Pflege der Inhalte reduziert werden und die Auffindbarkeit über Suchmaschinen wurde messbar verbessert.

## **Removing Design – Design rückgängig machen**

---

Wie können Designer wirtschaftlich erfolgreich agieren, wenn das zentrale Element ihrer Arbeit, der Entwurf, vermieden wird. Welche Firma beauftragt einen Designer, der Produkte verhindert, statt neue zu gestalten?

## Die neue Rolle des Designers

In Zukunft werden Unternehmen Designer genau dafür beauftragen: Produkte wegzu-designen – gescheitertes Design rückgängig zu machen. Sie werden analytisch prüfen müssen: Welche sind die Produkte, die bei der Produktion die meisten schädlichen Umweltbelastungen verursachen? Für welche Nutzergruppen bietet das Produkt einen Mehrwert? Welche einfacheren und schonenderen Alternativen gibt es für das Produkt? Was wären die Vor- & Nachteile, wenn das Produkt nicht mehr hergestellt werden würde? Unter welchen Bedingungen wird es hergestellt? Welche Stückzahl muss produziert werden, damit es profitabel ist? Warum brauchen wir das Produkt überhaupt?

*„Deshalb wird Design in Zukunft mehr strategische Denkweise, wirtschaftliche Problemlösung und Businessmodell sein als primär ästhetisches Gestaltungs- oder Unterhaltungsmittel“* (Rädeker, J., Page, 2020). Designer werden verstärkt in beratender Funktion tätig sein, um Entscheidungsprozesse für oder gegen eine bestimmte Lösung aktiv zu beeinflussen. Mit ihrem Wissen über nachhaltige Materialien, Herstellungstechniken, Recycling, Nutzerbedürfnisse und Anwendungskontexte, können Sie am besten einschätzen, welche Produkte lebensfähig und welche überflüssig sind. Sie identifizieren wie der größte Impact für Umwelt und Wirtschaft durch das Wegnehmen welcher Dinge generiert wird.

Durch die Betrachtung des gesamten Produktionsapparates und aller Prozesse, werden Designer dabei helfen das bestehende Produktportfolio auszudünnen und das Unternehmen im wandelnden Wettbewerb bestmöglich auszurichten. Sie werden eine tragende Rolle einnehmen, wenn es darum geht Produkte mit negativen Auswirkungen zu beseitigen und neue Lösungspotenziale zu identifizieren. So können Produktionsprozesse optimiert und Kosten reduziert werden. Das Rückgängig machen von Design eröffnet neue Chancen für nachhaltige Gestaltung, insbesondere für System-Transformations- und Servicedesigner.

Unter Betrachtung des gesamten Produktlebenszyklus und unter Berücksichtigung aller ökonomischen, sozialen und umweltpolitischen Einflussfaktoren, kann es ein Vorteil sein, bestimmte Dinge rückgängig zu machen oder neue gar nicht erst Realität werden zu lassen. Nicht-Design wird zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Beispiel: Wenn 20% der umsatzschwächsten Produkte eines Unternehmens vermieden werden, können die Einsparungen dafür genutzt werden, um die 20% umsatzstärksten Produkte noch nachhaltiger zu gestalten oder das Serviceangebot zu optimieren. Anstelle mehr zu generieren, um mehr Umsatz zu machen, wird es in Zukunft

darum gehen, weniger zu generieren, um Einsparpotenziale nutzbar zu machen, die Effektivität zu steigern und den Umsatz mit den bestehenden Lösungen zu optimieren.

Das Einsparungspotenzial ist riesig, denn neben den Produktionskosten werden auch dessen Folgekosten (Total Cost of Ownership) vermieden:

- Kosten für Marketing und Vertrieb
- Energie- und IT-Kosten
- Redaktions- und Übersetzungskosten

Die Mehrheit der Unternehmensberater verdienen ihr Geld mit Restrukturierung. Gemeint ist das Neuordnen oder das Entfernen von Elementen in einem Prozess oder einer Organisation, die als Ergebnis immer eine Kosteneinsparung anstrebt. Das Prinzip der Restrukturierung lässt sich auf die Arbeit des Gestalters adaptieren: Wenn als Ergebnis eine Ressourceneinsparung angestrebt wird, muss der Designer vom Gestaltgeber zur Gestaltnehmer werden.

## **Affective Design – Nutzerverhalten beeinflussen**

---

### **Der Benutzer als Faktor für ehrliche Nachhaltigkeit**

Produkte sind austauschbar geworden. Es gibt nichts, wofür nicht mindestens ein in seinen Funktionen und seiner Ästhetik gleichwertiges Produkt existiert – häufig sogar deutlich mehr. Sie brauchen nur bei amazon die Anzahl der Suchergebnisse für z.B. „Luftreiniger“, „Heizstrahler“ oder „Steuer Software“ zu zählen. Echte Differenzierung im Markt kann kaum noch über das Produkt selbst erzielt werden, sondern nur noch über die Art und Weise der Nutzung.

Ein nachhaltig gestaltetes Produkt ist nichts wert, wenn es nicht in nachhaltiger Weise benutzt wird. Es ist also erforderlich eine Lösung zu entwerfen, die seinen Benutzer zu nachhaltigem Verhalten motiviert. Designer müssen sich daher mit Aspekten der Verhaltenspsychologie und der Soziologie befassen, um ein nachhaltiges Nutzerverhalten zu ermöglichen.

### **Vermeiden von verschiedenen Spülmaschinenprogrammen**

Bei einer Spülmaschine gibt es drei wesentliche Faktoren, die es bei der Gestaltung zu beachten gilt.

1. Sauberkeit des Geschirrs nach dem Spülvorgang (Qualität)
2. Dauer des Spülvorgangs (Zeit)

### 3. Energie- und Wasserverbrauch (Umwelt)

Die Geräte werden üblicherweise mit verschiedenen Programmen geliefert, damit die Spülvorgänge dem variierenden Nutzungskontext angepasst werden können. Allerdings kann ein Spülmaschinenprogramm niemals allen der drei genannten Faktoren gleichermaßen gerecht werden. Die Entscheidung das Produkt auch tatsächlich nachhaltig zu nutzen wird letztlich dem Benutzer überlassen. Dieser kauft sich zwar ein vordergründig nachhaltiges Produkt, nutzt dieses aber nicht nachhaltig.

Wäre die Konsequenz aus Designersicht dann nicht, dass es nur ein Programm geben dürfte als Kompromiss zwischen allen drei Faktoren? – Also das Weglassen von Funktionen und gleichzeitige Beschneidung der Nutzerfreiheit zugunsten des übergeordneten Ziels (Nachhaltigkeit). Müssten alle Programme, die sich negativ auf die Umwelt auswirken nicht verhindert werden, um eine Fehlnutzung durch den Benutzer auszuschließen?

Oder müsste bei der Aktivierung des Schnellprogramms etwa ein Warnhinweis (als negatives Feedback) auf den Küchenboden projiziert werden, um den Anwender zu einem nachhaltigeren Verhalten zu bewegen. – Also eine Verhaltensintervention, die die Bedienung des Nutzers zwar beeinflusst, ihm dennoch die Kontrolle überlässt.

Ist es überhaupt notwendig eine weitere Spülmaschine zu entwerfen? Wie kann die Sauberkeit des Geschirrs auf andere Weise zeitsparend und bequem hergestellt werden? – Also eine Grundlegende Neubetrachtung des Problems und des Entwurfsprozesses.

## **Fazit & Diskussion**

---

*Ockhams Rasiermesser* beschreibt ein philosophisches Sparsamkeitsmodell aus der Erkenntnistheorie. Diese Methodik wird u.a. in der Wissenschaftstheorie angewendet, um Ausschlusskriterien für Erklärungsmodelle zu finden. Indem die einfachste aller Erklärungen bevorzugt wird, werden alle anderen wie mit einem Rasiermesser abgeschnitten (nach Ockham, W., Wikipedia). Überträgt man diese Methodik auf den Designprozess, müssen demnach die Entwurfsansätze, die bestimmte Aspekte der Nachhaltigkeit nicht erfüllen können, sofort verworfen werden. Es ist immer die einfachste Lösung zu bevorzugen. Da es für die meisten Szenarien in unserem Alltag schon sehr viele gute Lösungen gibt, wäre die Konsequenz auf die Nutzung der bestehenden Lösungen zu verweisen, anstatt neue komplizierte Lösungen zu entwerfen. Der Flaschen-

öffner öffnet Flaschen, der Löffel führt das Müsli zum Mund, der Stuhl bietet eine Sitzmöglichkeit. Diese Dinge sind einfache funktionale Lösungen, die bereits existieren. Eine Neugestaltung ist nicht erforderlich.

Wir leben in einer Zeit, in der wir Menschen unsere Umwelt durch die Produktion künstlich geschaffener Dinge vor immer größere Probleme stellen. Es reicht nicht aus diesen Herausforderungen nur mit neuen nachhaltigeren Designprodukten zu begegnen. Die Anzahl der Dinge mit negativen Auswirkungen auf unsere Natur muss insgesamt reduziert werden. Zudem muss die Ressource Design verantwortungsvoller eingesetzt werden. Welchen Wert hat Design, wenn es nur noch um formalästhetische Details geht, anstatt echte Nachhaltigkeit zu ermöglichen?

Avoiding Design ist ein Prinzip, das konkrete Lösungen für einen nachhaltigeren Umgang mit unseren Ressourcen aufzeigt. Es beschreibt die Möglichkeiten zum Verwerfen, Verhindern und Rückgängig machen von Produkten und fordert dazu auf den Entwurfprozess neu zu denken.

## Literaturverzeichnis

---

Burckhardt, L. (1980): Design ist unsichtbar, Berlin: Martin Schmitz Verlag

Ockham, W. (1288-1347): Wikipedia: Ockhams Rasiermesser. [https://de.wikipedia.org/wiki/Ockhams\\_Rasiermesser](https://de.wikipedia.org/wiki/Ockhams_Rasiermesser), abgerufen am 20.03.2021

Papanek, V., (1985): Design for the Real World, London: Thames & Hudson Verlag

Rams, D. (2018): Rams, Dokumentation von Gary Hustwit: <https://vimeo.com/ondemand/ramsfilm/291784379>, abgerufen am 20.03.2021

Rams, D. (1994): Weniger, aber besser. – Less but better., Hamburg: Jo Klatt Design + Design Verlag

Rädeker, J., (2020): The Future of Design: Thesen von Jochen Rädeker, Page Magazin. <https://page-online.de/branche-karriere/the-future-of-design-thesen-von-jochen-raedeker/>, abgerufen am 20.02.2021

Schneider, J., Hall, J. (2020): Verpatzter Start, Manager Magazin. <https://www.manager-magazin.de/harvard/management/markteinfuehrung-wann-innovationen-scheitern-a-00000000-0002-0001-0000-000078555994>, abgerufen am 20.02.2021

Schmidt, E., (2019): Internet produziert soviel CO2 wie Flugverkehr. <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/klickscham-wie-viel-co2-e-mails-und-streaming-verursachen-100.html>, abgerufen am 23.03.2021

United Nations (2015): Sustainable Development Goals. <https://sdgs.un.org/topics/sustainable-consumption-and-production>, abgerufen am 20.03.2021

Wintermantel, B. (2019): Warnung vor Bambusbechern: Sie sind häufig ein Gesundheitsrisiko, Ökotest. [https://www.oeko-test.de/essen-trinken/Warnung-vor-Bambusbechern-Sie-sind-haeufig-ein-Gesundheitsrisiko-Test-von-Bambus-Geschirr-Krebsverdaechtige-Schadstoffe\\_10742\\_1.html](https://www.oeko-test.de/essen-trinken/Warnung-vor-Bambusbechern-Sie-sind-haeufig-ein-Gesundheitsrisiko-Test-von-Bambus-Geschirr-Krebsverdaechtige-Schadstoffe_10742_1.html), abgerufen am 04.03.2021

## Kontakt

---

Philipp Schütz, M. A., Senior UX-Designer  
Dipl.-Des. Oliver Gerstheimer, Managing Director  
Philipp Englisch, M. Sc., UX-Designer

chilli mind GmbH  
Königstor 23  
34117 Kassel  
[www.chilli-mind.com](http://www.chilli-mind.com)