

DESIGN UND KRIEG

Herausgegeben von

Martin Scholz und Friedrich Weltzien

REIMER

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Gedruckt mit der Unterstützung der Hochschule Hannover, Fakultät III – Medien,
Information und Design.

Layout: Saskia Plankert
Umschlaggestaltung: Saskia Plankert
Umschlagabbildung: Gold grenade ©iStock.com/grandeduc
Lektorat: Annerose Keßler, Saskia Plankert, Friedrich Weltzien
Redaktion: Annerose Keßler, Saskia Plankert

Druck: druckhaus köthen GmbH & Co. KG · Köthen
Papier: Condat matt Périgord, 115 g/m²
Schrift: Myriad Pro, Adobe Garamond Pro

© 2015 by Dietrich Reimer Verlag GmbH · Berlin
www.reimer-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten
Printed in Germany
Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier

ISBN 978-3-496-01543-7

INHALT

- 7** **Martin Scholz und Friedrich Weltzien**
Vorwort: Macht und Verantwortung von Gestaltung

BILDERKRIEGE

- 13** **Carolin Höfler**
»Eyes in the Sky«. Körper, Raum und Sicht im bildgeführten Krieg
- 35** **Linda Hentschel**
»Justice has been done.« Oder: Wer hat Angst vor Scham?
- 51** **Karen Fromm**
Vom Kriegsberichterstatteer zum Medienkrieger. Bilder vom Krieg zwischen fiktionalisierten Realitäten und realisierten Fiktionen
- 65** **Martin Scholz**
Genauigkeit. Visuelle und dramaturgische Nahaufnahmen in Kriegsfilmern
- 97** **Eva Klein**
»Wenn Pegasus beginnt Feuer zu speien!« Die Visualisierung des Krieges zwischen Propaganda und Widerstand im Vorfeld der Annexion von Österreich durch das nationalsozialistische Deutsche Reich

DESIGN IN DER VERANTWORTUNG

- 119** **Sabine Foraita**
Unschuldslamm Design – oder wie viel Verantwortung trägt das Design?
- 129** **Harald Lemke**
Kriegsnahrung – Nahrungskriege. Gastrosophische Perspektiven auf die Kriegsgestaltung
- 141** **Gerald Schröder**
Design als Täuschungsmanöver: Alessandro Mendinis kritische Revision des Modernismus
- 161** **Martina Glomb**
Friedliche Kleider
- 181** **Änne Söll**
»Der militärische Zivilist«. Drei Modemagazine im Ersten und Zweiten Weltkrieg

TECHNOLOGIEN DES MARTIALISCHEN

- 199 Michael Adlkofer**
»Länge läuft«. Über das Aussehen von Kriegsschiffen
- 211 Jens Wehner**
»Kraftei«, »Beule« und »Kanonenvogel«. Zur Interdependenz von Design, Wirkung und Wahrnehmung deutscher Flugtechnik des Zweiten Weltkrieges
- 231 Rolf F. Nohr**
Den »fog of war« durchsichtig machen. Naturalisierung im Konflikt- und Computerspiel
- 249 Stephan Günzel**
Krieg Spiel Raum

INSZENIERUNG UND WIDERSTAND

- 279 Friedrich Weltzien**
Gestalttheorie im Cyberwar: Fashiondesign als Waffe
- 297 Marcel René Marburger**
Die Kunst des Widerstands, oder: Von der Kommunikation zur Tat
- 307 Hans-Jörg Kapp**
»Es gibt die Zeit nicht mehr« – Augenblicksdramaturgien im Musiktheater um die Zeit des Ersten Weltkriegs
- 321 Colin Walker und Friedrich Weltzien**
Energien der Leidenschaft. Ein Gespräch über das Verhältnis von Theater und Krieg
- 331 Autorinnen und Autoren**
- 337 Farbtafeln**

MACHT UND VERANTWORTUNG VON GESTALTUNG

VORWORT VON MARTIN SCHOLZ UND FRIEDRICH WELTZIEN

Dieses Buch versteht sich als Impulsgeber, als ein Ideengenerator. Ziel ist es, auf einen Zusammenhang hinzuweisen, der oft verborgen ist und manches Mal mühevoll verborgen wird. Menschen, die im Design, der Gestaltung, in der Kulturproduktion oder den Künsten – kurzum: im Kreativbereich – tätig sind, müssen ihr Verhältnis zur Macht reflektieren. Ganz gleich, ob sich diese Menschen affirmativ auf eine Seite schlagen, indem sie diese über Repräsentation oder Propaganda stützen, oder sich subversiv in eine Ästhetik des Widerstands und der Rebellion begeben, ganz gleich, ob sie dies aus persönlicher Überzeugung oder materiellem Kalkül heraus tun, ganz gleich ob dies sehenden Auges oder in Naivität geschieht – den Kreativen kommt ein nicht unerheblicher Anteil an gesellschaftlichem Einfluss und damit auch an der Verantwortung für den Lauf der Dinge zu. Das war immer schon so. Im großen Wettrüsten, das die Anthropologie die Menschwerdung nennt, besaßen seit je Gemeinschaften einen Vorteil, die den *homo pictor* zu pflegen wussten. Waffentechnologie und Architektur, Nahrungszubereitung und Bekleidungswesen, Mobilität und Kommunikation, Rhetorik und Bildherstellung, Aufschreibesysteme und Inszenierung sowie unzählige weitere kulturelle Praktiken sind machtvolle Instrumente, die auch gewaltsame Auseinandersetzungen nicht nur entscheiden können, sondern zuallererst möglich machen. Die Frage des Zusammenhangs zwischen Design und Krieg erscheint in diesem Licht überfällig.

Das Jahr 2014 diente als Anlass, im Rahmen des Designs und seiner benachbarten Disziplinen diese Frage aufzuwerfen: Der 100. Jahrestag des Beginns des Ersten Weltkriegs fiel mit dem 75. Jahrestag des Beginns des Zweiten Weltkriegs zusammen. Damit gerieten auch wieder Höllenszenarien in den Blick, die nicht zuletzt auf dem Boden deutscher Kreativität wachsen konnten. Propagandafilm und Rundfunk, Volkswagen und Wunderwaffe, Masseninszenierungen und Männer »hart wie Kruppstahl« sind Stichworte, die jene ambivalente – ja: zwielichtige – Rolle, die Gestaltung spielen kann, wie im Licht eines Blitzes hervortreten lässt. Diese Deutlichkeit sollte darauf aufmerksam machen, mit welcher Umsicht sich Deutschland heute, 2015, auf die medialen Innovationen der Zeit einlassen muss. Hier möchten die Herausgeber einen Anstoß geben, der nicht nur Hochschulangehörigen (Lehrenden wie Lernenden) und Design-, Kultur- oder KunstwissenschaftlerInnen gilt, sondern ebenso PraktikerInnen, ManagerInnen und AktivistInnen aller Couleur dient.

Das vorliegende Buch basiert auf der Tagung »Materialschlacht. Design und Krieg«, die am 16. und 17. Oktober 2014 an der Hochschule Hannover in den Räumen der Fakultät III von der Abteilung Design und Medien ausgerichtet wurde. Diese Tagung ist als Auftakt einer Serie von Kolloquien an der Hochschule Hannover gedacht, die in

jährlicher Abfolge spezifisch designrelevanten Themen gewidmet sein werden. In diesem Band sind bis auf den Beitrag von Gerald Schröder sämtliche Aufsätze Verschriftlichungen der hier gehaltenen Vorträge. Die Reihenfolge haben die Herausgeber für eine inhaltlich ausgerichtete Struktur des Buches angepasst.

Vier Einheiten umgreifen einzelne Aspekte, die die unterschiedlichen Ansätze miteinander verknüpfen. Es wird bewusst eine Bindung in einzelne Disziplinen vermieden – weder gestalterische noch wissenschaftliche Fachrichtungen sollten abgeteilt werden, denn gerade die Interaktion und Interferenz zwischen den Fächern erscheint den Herausgebern als wichtiges Motiv, um die Verantwortung von Gestaltung sichtbar werden zu lassen. Ebenso wenig lag eine historische Einteilung, etwa nach Kriegen sortiert, in unserer Absicht. In diesem Sinne findet sich darüber hinaus auch eine heterogene Mischung von Textsorten. Neben wissenschaftlichen Aufsätzen (die gleichwohl das Hauptgewicht stellen) sind Essays, Berichte und Interviews Teil des Buches. Weniger dem akademischen Habitus, als vielmehr der polyphonen Facettierung von Perspektiven ist dieser Ansatz verpflichtet.

Die erste Einheit widmet sich unter dem Titel »Bilderkriege« unterschiedlichen Problemstellungen der Visualisierung von Krieg. Die Architektin und Designtheoretikerin Carolin Höfler untersucht, wie sehr heute die Kriegsführung selbst bildbasiert ist und neueste Waffentechnologien nicht ohne vielschichtige Formate der Sichtbarmachung auskommen – was wiederum das konkrete Handeln jedes einzelnen Soldaten in entscheidenden Situationen maßgeblich beeinflusst. Linda Hentschel arbeitet in ihrer bildwissenschaftlichen Analyse von Barack Obamas Bildpolitik in dem von der Vorgängerregierung ererbten »War on Terror« heikle – und letztlich unlösbare – Widersprüche heraus, die anhand einer Terminologie der Scham beschreibbar werden. Karen Fromm, fotohistorisch spezialisierte Kunstwissenschaftlerin, zeigt Bilder vom Krieg. Sie stellt die Frage, wie sich militärische Auseinandersetzungen überhaupt ikonografisch einholen lassen, was ohne Inszenierung (respektive Fälschung) gar nicht zu machen sei. Die filmwissenschaftliche Untersuchung von Martin Scholz entwickelt eine Definition des Genres von Kriegsfilm, die sich am Paradigma der Genauigkeit, gegebenenfalls auch auf Kosten des Authentischen, orientiert. Der erste Block wird abgeschlossen von einem ikonografischen Forschungsansatz, den Eva Klein, Kunsthistorikerin, vorlegt. Sie bespricht ein vor kurzem wiederentdecktes (und wohl der baldigen Zerstörung anheimgegebenes) Zeugnis antifaschistischer Widerstandsästhetik aus Österreich.

Die zweite Einheit heißt »Design in der Verantwortung«. Er versammelt jene Beiträge, die insbesondere die Deutungsmacht einzelner GestalterInnen über gewisse Kriege und Krisen in den Fokus nehmen. Die Designwissenschaftlerin und Industriedesignerin Sabine Foraita macht diese Verbindlichkeit deutlich, indem sie ihre eigene Arbeit mit Studierenden zum Anlass nimmt, Lösungsansätze zu diskutieren. Harald Lemke bietet ein gastrosophisches Panorama auf die Versorgung von Armeeingehörigen einerseits und die von manchen Studien prognostizierten »food wars« andererseits und gelangt darüber zu einem moralphilosophisch fundierten Apell. Gerald Schröder blickt aus der Perspektive der Kunstgeschichte auf die Verwendung militärisch codierter Formen und Materialien am Beispiel Alessandro Mendinis und zeigt, wie machtvoll gerade das Design an Resignifizierungsprozessen beteiligt ist. Die Modedesignerin Martina Glomb stellt anschließend den Begriff der Nachhaltigkeit ins Zentrum ihrer Argumentation. Aus Beispielen aktueller Entwürfe, zum großen Teil studentischer Arbeiten, stellt sie einen Katalog von Kriterien zusammen, die Kleider friedlich machen können. Die Kunsthistorikerin Anne Söll

widmet sich ebenfalls dem textilen Sektor, erforscht jedoch die Repräsentation von männlichen Rollenmodellen in deutschen Modemagazinen während des Ersten und Zweiten Weltkriegs, die auf der Kante zwischen soldatischen und zivilen Idealen balancieren.

Einheit Drei folgt dem Begriff des Technologischen: »Technologien des Martialischen«. Der Architekt und Bootsdesigner Michael Adlkofer eröffnet ihn mit einem Essay zur Geschichte der Kriegsschiffahrt. Dabei kann er herausstellen, wie sehr immer wieder – und gerade auch heute – das Design von nichtmilitärischen Schiffen und Yachten von der Marine beeinflusst wird. Jens Wehner, Militärhistoriker, rekonstruiert aus zeitgenössischen Quellen die ästhetische Wirkung und Deutung von Kampfflugzeugen während des Zweiten Weltkriegs. Die Interaktion von technologischer Notwendigkeit und psychologischem Effekt weist auf die Komplexität von Kriegs-Design hin. Die beiden folgenden Autoren schreiben beide vom Standpunkt der Spieltheorie aus. Rolf F. Nohr setzt sich in seiner Abhandlung mit der Entwicklung des Kriegsspiels aus dem Geiste der Aufklärung im 18. Jahrhundert auseinander. Dabei spannt er einen Bogen bis zum Planspiel für die Managerausbildung des 20. Jahrhunderts als Modell eines militärisch-industriellen Komplexes. Darauf folgend widmet sich Stephan Günzel vor allem dem Videospiele und der Evolution von Raumkonstruktion und Navigation im Spannungsfeld von zivilem Entertainment und militärischer Simulation.

Der letzte Textabschnitt ist mit »Inszenierung und Widerstand« überschrieben. Hier wurden Beiträge versammelt, die sich unter dem Kriterium der Performativität vergleichen lassen. Friedrich Weltziens kulturwissenschaftliche Studie von Design-Praktiken, die sich als ziviler Ungehorsam definieren lassen, möchte zeigen, dass es eine Schnittmenge von Gestaltung und politischem Aktivismus gibt, die sich designtheoretisch fruchtbar machen lässt. Der Kunstwissenschaftler Marcel René Marburger macht darauf aufmerksam, dass schon in der Nutzungsweise von Medien eine Ästhetik des Widerstandes auftauchen kann. Dabei zeigt sich, dass Revolutionen nicht notwendigerweise aus neuen technologischen Erfindungen basieren, sondern vielmehr bestimmte Nutzungsweisen von bereits existierenden Medien den spezifischen Unterschied ausmachen können. Die beiden Abschlussbeiträge beschäftigen sich mit theatralen Inszenierungsformen. Der Dramaturg Hans-Jörg Kapp entdeckt am Beispiel des Ersten Weltkrieges eine auffällige Ungleichzeitigkeit zwischen dem faktischen Sound des Krieges und seiner Inszenierung im Musiktheater. Daraus schließt er auf einen schwer überbrückbaren Bruch zwischen der Tatsache Krieg und seiner Repräsentierbarkeit. Den Abschluss des Bandes bildet ein Gespräch, in dessen Verlauf der Szenograph Colin Walker mit Friedrich Weltzien über die Macht der Inszenierung spricht, die Krieg und Theater miteinander verbindet, insbesondere wenn das Schauspiel den Theaterbau verlässt und sich an die Orte militärischer Auseinandersetzung selbst begibt. Mit dieser dialogischen Form des Interviews gerinnt der Anspruch der Vielstimmigkeit wie auch die forschende Praxis einer respektvollen Auseinandersetzung zu einer Form, die für dieses Ideal entsteht. Damit passt das Interview als janushafte Doppelgesichtigkeit bestens auf die rückwärtige Schwelle des Buchs.

In der Zusammenschau stechen einige Aspekte des untersuchten Zusammenhangs besonders deutlich heraus. Immer wieder wird der Einsatz von Drohnen als Charakteristikum und besonders heikle Engführung von Design und Krieg genannt. Die Virtualisierung von realen Tötungsakten berührt sich mit Videospiele der Ego-Shooter ebenso wie mit den manipulativen Bildregimen der Propagandaabteilungen. Die delikate Entscheidung zwischen Zeigen und Unsichtbarmachen wird immer häufiger einer algorithmi-

schen Instanz überlassen – das bedeutet: den Programmierern, Softwareentwicklern und Mediendesignern. Ein anderer Aspekt, der übergreifend auftaucht, sind moralische Standards, die von Designern verlangt werden. Heute im Jahr 2015 drohen neue Kriege, die mit Hilfe von guten Gestaltungsideen vielleicht verhindert werden können: Die Kriege ums Öl, die globale Erwärmung und die annoncierten Kriege ums Wasser, Kulturkämpfe auf Basis religiöser oder weltanschaulicher Konflikte, Verteidigungskriege gegen Migrationsbewegungen, der Kampf gegen Hunger und Epidemien, gegen Berge von Elektroschrott, Atommüll und schwimmende Kunststoffkontinente – all das sind Kämpfe, deren Vorbereitung oder Vermeidung, deren Führung und deren Ausgang, deren Aufarbeitung und Folgenbewältigung alle gestalterischen Kräfte von DesignerInnen jeglicher Profession rund um den Globus herausfordern.

Die Verantwortung, die aus Materialwahl und Produktionsbedingungen, aus Müllvermeidung und biologisch hergestellten Rohstoffen hervorgeht, die mit Nachhaltigkeit und CO₂-Footprint argumentiert und demokratische Grundordnung gegen Überwachungsstaat in Stellung bringt, Meinungs- und Pressefreiheit gegen medientechnische Innovation oder Datenschutz abwägt – diese Verantwortung lastet nun auch auf den Schultern der DesignerInnen. Muss unter diesem Gewicht nicht alle spielerische Leichtigkeit, alle anarchische Regelübertretung, die in der abendländischen Ästhetik zumindest seit der Renaissance unveräußerliches Privileg der Kreativen ist, in die Knie gehen?

Im Krieg ist jedes Design »social design«: Die Qualität des Designs liegt nicht in der Formgebung, sondern in den Handlungsmöglichkeiten, die es offeriert – es entscheidet womöglich über Leben und Tod des Benutzers. Gutes Design rettet vielleicht Leben, aber damit ermöglicht es überhaupt erst die Option, dieses Leben einem Risiko auszusetzen: Und ist das nicht schlechtes Design? Die Dinge liegen nicht einfach. Das ist ein Glück für alle Menschen, die ihr Leben kreativen Praktiken verschrieben haben. Es ist ein Glück für alle, die Bücher verfassen. Gut, dass Design nicht leicht zu haben ist. Das zwingt uns immer wieder dazu, es neu auszuhandeln.

DANKSAGUNG

Einen Krieg kann man nicht alleine führen, und ein Buch ist immer eine Frucht produktiver Auseinandersetzung. In diesem Sinne sind die Herausgeber vielen Menschen und Institutionen zu Dank verpflichtet, allen voran der Fakultät III – Medien, Information und Design der Hochschule Hannover, stellvertretend durch den Dekan, Prof. Wilfried Köpke, für die Ermöglichung der Tagung und Druckkostenzuschüsse zur Publikation. Unser Dank gilt ferner dem Präsidenten der Hochschule Hannover, Prof. Dr. Josef von Helden, der das Symposium eröffnet hat. Dank gebührt auch dem Dietrich Reimer Verlag Berlin, deren Leiterin Beate Behrens und ihr Team, Anna Felmy und Marie-Christin Selig, das Projekt vom ersten Entwurf an vertrauensvoll und professionell begleitet haben. Allen BeiträgerInnen ist für eine sportlich schnelle und dabei hochqualitative Textbearbeitung nicht genug zu danken. Unverzichtbar waren in allen Phasen der Entstehung die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen Annerose Kessler und Saskia Plankert. Zudem gebührt Saskia Plankert Dank für Layout und Satz des Buches sowie die Umschlaggestaltung. Ohne diese beiden gäbe es das vorliegende Buch nicht.

UNSCHULDSLAMM DESIGN – ODER WIE VIEL VERANTWORTUNG TRÄGT DAS DESIGN?

SABINE FORAITA

Design und Krieg: Zwei Worte, die nicht viel miteinander zu tun haben, oder? Recherchiert man diese beiden Begriffe im Verbund, findet man, bis auf die Ankündigung zu dem Symposium, das die Grundlage dieser Publikation bildet, wenig. Warum auch? Was haben Designerinnen und Designer mit Krieg zu tun? Wir sind doch nur Designer, die gestalten, und haben doch im Grunde gar keine Verantwortung für das, was entwickelt wird, oder doch?

In diesem Beitrag soll zunächst geklärt werden, ob es eine Beziehung zwischen Design und Krieg gibt und vor allem in welchem Verhältnis Design und Krieg zueinanderstehen. Anhand von Beispielen soll des Weiteren die Frage der gesellschaftlichen Verantwortung der Designerinnen und Designer geklärt werden.

DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DESIGN UND KRIEG

Dass wir uns in diesen Tagen der Ereignisse vor 100 Jahren so intensiv widmen, ist sicherlich der Magie der glatten Zahlen zu verdanken, aber auch einer zunehmend präziser gewordenen geschichtlichen Aufarbeitung durch die Generationen und der Erkenntnis gewisser Parallelen der weltgesellschaftlichen Entwicklung zu den Vorkommnissen des Ersten Weltkriegs. Der Erste Weltkrieg, in Frankreich und Großbritannien auch der Große Krieg genannt, stellt den Endpunkt des so genannten langen 19. Jahrhunderts (ca. 1780/89–1914) und den Beginn des kurzen 20. Jahrhunderts (1914–1990) und damit deren gemeinsame Scharnierstelle dar. Brachte das lange 19. Jahrhundert Aufklärung und Industrielle Revolution, so brachte das kurze 20. Jahrhundert die Massenvernichtung.

Der Erste Weltkrieg steht zu Unrecht für die Mechanisierung und Industrialisierung des Tötens in kriegerischen Auseinandersetzungen, denn der amerikanische Sezessionskrieg (1861–65) sowie der Deutsch-Französische Krieg (1870/71) zeichneten technisch Vieles von dem vor, was vierzig Jahre später zur Perfidie getrieben wurde. Das Schlagwort der »Mechanisierung« ruft jedoch tatsächlich Gestaltende auf den Plan, denn all diese

mechanischen Artefakte bedürfen einer Gestaltung. Technologische Entwicklungen von Kriegsgesetz, und da leistet das Militär wahrhaftige Innovationen, müssen anwendbar gemacht werden, welches die Kernkompetenz von Designern und Designerinnen bildet.

Die technologischen Entwicklungen in Bezug auf Kriegsgesetze, die in beinahe jedem Staat vorangetrieben werden, sind aber auch das Ergebnis einer gesellschaftlichen Haltung. Der Erste Weltkrieg steht für eine Paralisierung und Entseelung der sogenannten Ersten Welt, die nicht nur zu der bekannten Folge des Zweiten Weltkriegs führen musste, sondern auch in nahezu jeder Hinsicht die private und gesellschaftliche Lebensführung des Menschen veränderte: Welches Gesellschaftsbild beherrschte das Denken und Handeln, um sich derart instrumentalisieren zu lassen? In welchem äußeren Rahmen und mit welcher inneren Verfasstheit agierten damals Designer oder vielmehr diejenigen Personen, die Berufe und Professionen ausübten, die man heute im weitesten Sinne dem Design zuordnet? Und nicht zuletzt: Was müssen wir aus diesen Vorkommnissen lernen und berücksichtigen, wenn wir von der Verantwortung des Designers sprechen, zumal wir die Arbeitsergebnisse der Gestalter aus dem Zweiten Weltkrieg kennen?

Gerade in Deutschland haben der Erste und der Zweite Weltkrieg dazu beigetragen, dass Deutschland als Staat vieles dafür tut, nicht in kriegerische Auseinandersetzungen zu geraten. Betrachtet man die Vergangenheit sowie die gegenwärtige Situation, so stellt man fest, dass es offensichtlich schon immer gewaltsame und nichtgewaltsame Konflikte auf der Welt gegeben hat. Weiterhin kann man feststellen, dass es über 150 Kriege seit dem Ersten Weltkrieg auf unserer Welt gegeben hat.¹ Für 2013 verzeichnete das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung 25 so genannte »limited wars« sowie 20 Kriege. Wie viel Konfliktpotenzial auf der ganzen Welt herrscht, zeigt sehr eindrücklich die Weltkarte des Conflict Barometers 2013.² 2012 gab es insgesamt 405 politische Konflikte, 44 davon waren als hochgewaltsam eingestuft, weitere 177 als gewaltsame Krisen, 184 galten als gewaltlos. 2013 (die Zahlen für 2014 liegen noch nicht vor) hat sich die Situation folgendermaßen entwickelt: 414 politische Konflikte auf der Welt, davon 221 gewaltsame Krisen und 45 als hochgewaltsam eingestuft.³

Das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung definiert einen politischen Konflikt folgendermaßen:

»According to the revised definition, a political conflict is a positional difference, regarding values relevant to a society – the conflict items – between at least two decisive and directly involved actors, which is being carried using observable and interrelated conflict measures that lie outside established regulatory procedures and threaten core state functions, the international order or hold out the prospect to do so.«⁴

Es geht also um Werte, die eine Gesellschaft als Ganzes betreffen; dabei kann eine Konfliktpartei eine Einzelperson, ein Staat, eine internationale Organisation oder ein nicht-staatlicher Akteur sein. Worum es in einem politischen Konflikt gehen kann, sind so genannte Conflict Items, also

1 Vgl. unter anderem auch bei <http://www.regis-net.de/krieg/kriegliste-a.html> [15.03.2015].

2 Vgl. Heidelberg Institute for International Conflict Research: *Conflict Barometer* 2013, Heidelberg 2014, S. 12.

3 Vgl. ebd., S. 15.

4 Ebd., S. 8.

»material or immaterial goods pursued by conflict actors via conflict measures. Due to the character of conflict measures, conflict items attain relevance for the society as a whole – either for coexistence within a given state or between states.«⁵

Das Heidelberger Institut für Internationale Konfliktforschung hat zehn Punkte aufgeführt, die zu Konflikten bzw. zu Kriegen führen: System/Ideology, National Power, Resources, Subnational Predominance, Autonomy, Secession, Territory, International Power, Decolonisation, Others. Dabei sind auslösende Konfliktpunkte System/Ideology, National und Subnational Power und Resources die am höchsten auslösenden Konfliktpotenziale.⁶ Festzustellen ist, dass spürbar ideologische Konflikte zunehmend kriegerische Auseinandersetzungen befördern.

Seit dem Ersten Weltkrieg haben sich die Auswirkungen jedoch dramatisch verändert: In den Kriegen zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren es 5 % Zivilisten, die getötet oder verwundet wurden. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts hat sich ihr Anteil auf 90 % erhöht. Es hat also eine massive Verschiebung der Verluste in Richtung der Zivilbevölkerung stattgefunden und damit auch eine andere Betrachtungsnotwendigkeit der Weltgemeinschaft in globaler Verantwortung für Menschen, die in Kriegsgebieten leben müssen.

DAS VERHÄLTNISS VON DESIGN UND KRIEG

Dies betrifft die Frage nach dem Gesellschaftsbild, das Denken und Handeln des Einzelnen und damit auch die Haltung der Designerinnen und Designer. Ein interessantes Statement zur globalen Verantwortung gibt dazu Judith Butler in ihrem Buch »Krieg und Affekt«. Butler ist der Auffassung, dass es zunächst darum geht, zu welchem »Wir« wir uns zugehörig fühlen und uns damit von anderen abgrenzen. In den meisten Fällen haben wir noch nicht einmal eine Positionierung der Anderen aufgenommen bzw. können uns nicht in ihre Position einfühlen. Butler macht deutlich:

»Bevor ich einen Vorschlag mache, wie man über globale Verantwortung in unserer Zeit nachdenken kann, die unzweifelhaft eine Zeit des Krieges ist, möchte ich mich von einigen Anderen und, wie ich meine, irrigen Formen, dieses Problem anzugehen, distanzieren. Da sind diejenigen, die im Namen der Demokratie oder der Sicherheit töten, die im Bewusstsein einer ›global agierenden‹ Souveränität und gar im Namen ›globaler Verantwortung‹ die Souveränität anderer Länder verletzen.«⁷

Je nachdem, in welcher Form der entsprechende Staat eingebunden ist, wird zum Beispiel auch die Berichterstattung dieses Landes ausgerichtet sein, es werden die Opfer der Gegner nicht so dargestellt wie die Opfer des eigenen Landes. Das Bildmaterial wird die jeweilige subjektive Sichtweise darstellen, so wie es in dem ersten Irak-Krieg nachzuvollziehen war. Das ist politisch intendiertes Design von Krieg.

5 Ebd.

6 Vgl. ebd., S. 19.

7 Butler, Judith: *Krieg und Affekt*, Zürich/Berlin 2009, S. 15.

Gerade wenn es um die Mediengestaltung geht, haben wir als Gestaltende Verantwortung: Der amerikanische Film »Wag the dog« aus 1997 (frei basierend auf dem Roman »American Hero« von Larry Beinhart) führt uns dies »unterhaltsam« vor Augen. Und glaubt man diesem Film, so ist Krieg vor allem eine Frage des Designs seiner Inszenierung. Diese Inszenierungen sind immer ausgefeilter geworden und heute durch soziale Netzwerke in ganz andere Dimensionen gerückt. Betrachtet man die Untersuchungen der BBC, die jüngst Bilder aus dem Konflikt im Gazastreifen analysierte und dabei feststellte, dass es sich bei einigen Bildern um solche aus Syrien handelte, die eine 16-Jährige gepostet hatte, dann ist die Geschichte um den egozentrischen Produzenten Stanley Motss alias Dustin Hoffmann (1997), der einen fiktiven Krieg im oben genannten Film inszeniert, gar nicht so fern.

Selbst die Auswahl von Bildausschnitten kann die Aussage eines Bildes enorm verändern. Die Ausstellung »Bilder, die lügen«, die initiiert durch das Haus der Geschichte in Hannover 2004/05 gezeigt wurde, zeigt ein Bild aus dem Irakkrieg 2003. Judith Butler schreibt zu diesem Phänomen:

»In beiden Irakkriegen hat die Perspektive, die das Verteidigungsministerium den Medien zugestanden hat, die Wahrnehmung und damit das Verständnis des Krieges aktiv vorstrukturiert. Einzuschränken, wie wir etwas sehen, ist zwar noch nicht ganz das Gleiche wie uns eine bestimmte Geschichte aufzuzwingen, aber es ist eine Art festzulegen, was in das Feld der Wahrnehmung aufgenommen wird und was nicht.«⁸

Damit verbunden ist das Thema des eingebetteten Journalismus:

»Der Kamerawinkel, der Ausschnitt, die gestellten Sujets – all das deutet darauf hin, dass diejenigen, die die Aufnahmen machten, aktiv in die Logik des Krieges eingebunden waren, die sie erweiterten und der sie sogar zusätzliche Wirksamkeit verliehen.«⁹

Judith Butler hat dies an den Fotoaufnahmen in Abu-Graib deutlich gemacht. Diejenigen, die wissenschaftlich arbeiten, kennen dieses Phänomen auch aus dem Bereich des Zitierens, denn auch hier kann ein aus dem Zusammenhang gerissener Satz, völlig missverstanden werden, wie es beispielsweise dem Satz »form follows function« geschehen ist. Design, das immer gesellschaftlich intendiert gestaltet, ist natürlich auch am Krieg beteiligt. Und wenn wir einen erweiterten Designbegriff zugrunde legen, dann umso mehr. Design geht weit über Gestaltung des Artefakts hinaus. Design gestaltet das Handeln. Yana Milev plädiert ebenfalls für ein Designverständnis, das

»ein Designdenken des Sozialen, des Politischen, des Ethnografischen, des Ökologischen und Ökonomischen, des Urbanen und Spatialen, zudem des Ästhetischen, des Medialen, des Narrativen und des Performativ-Lebensräumlichen« umfasst.¹⁰

8 Ebd., S. 54.

9 Ebd.

10 Milev, Yana (Hg.): *Designkulturen. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfsfeld der Kulturwissenschaft*, München 2013, S. 12.

Wenden wir uns nun dem Bereich der Produktgestaltung zu. Betrachten wir das Beispiel »My first rifle«¹¹ aus den USA: Die Firma wirbt mit Gewehren für Kinder. Es existiert sogar ein Pinkfarbenedes insbesondere für Mädchen. Der Hersteller Keystone nennt das Produkt »Crickett«, zu deutsch »Grille«, das in einer Verpackung mit einer Zeichentrickfigur, einem Grashüpfer, angeboten wird. Hier werden über die Farbe, die Form und die Verpackung gezielt kleinere Kinder angesprochen. Dabei sind ebenfalls Designer am Werk: Produktgestalter, die die Waffe entwickeln, Packaging Designer, die die »lustige« Verpackung gestalten, und Webdesigner, die die Website aktualisieren. Es ist jedoch eine so genannte scharfe Waffe, das heißt, man kann mit diesem wie ein Spielzeug wirkenden Produkt Menschen töten. So geschehen Unfälle, wie zum Beispiel im Mai 2013 in Kentucky, wo ein Fünfjähriger seine Schwester erschoss. Das Projekt von An-Sofie Kesteleyn, die Kinder mit Waffen posieren lässt, zeigt eindrucksvoll die Haltung einer Gesellschaft, in der Waffenbesitz ein erklärtes Grundrecht ist.¹²

Die amerikanische Gesellschaft lässt Kinder mit Waffen »spielen«, wohingegen in anderen Teilen der Welt für Kinder der Umgang mit Waffen sogar im kriegerischen Kontext alltäglich ist. Es gibt einen Bericht der Internationalen Koalition gegen den Einsatz von Kindersoldaten, der angibt, dass in mindestens 63 Ländern Jugendliche unter 18 Jahren für die nationalen Streitkräfte rekrutiert werden. In 21 davon werden Kinder unter acht Jahren rekrutiert. Die Zahl der Kindersoldaten weltweit wird auf 250.000 geschätzt.¹³ Angesichts dieser Zahlen ist das Design einer »coolen Kinderwaffe« höchst fragwürdig.

Als Kindersoldaten werden »alle Personen unter 18 Jahren, die von Streitkräften oder bewaffneten Gruppen rekrutiert oder benutzt werden [...], darunter Kinder, die als Kämpfer, Köche, Träger, Nachrichtenübermittler, Spione oder zu sexuellen Zwecken benutzt wurden« bezeichnet.¹⁴

Wir leben in einer Weltgesellschaft, die im Jahre 2013 weltweit Militärausgaben von schätzungsweise 1.747 Milliarden US-Dollar umgesetzt hat, was 2,4 Prozent des globalen Bruttosozialprodukts beziehungsweise 248 US-Dollar pro Person entspricht.¹⁵

Teil dieser Rüstungsindustrie sind selbstverständlich auch Vertreter und Vertreterinnen der gestaltenden Zunft. Es kann nicht damit argumentiert werden, dass Design nur für die äußere Form verantwortlich sei – diese Form der Unschuld kann nicht geltend gemacht werden. Wohingegen Designerinnen und Designer natürlich auch nicht die gesamte Verantwortung für die Welt der Produkte übernehmen können, denn daran sind insgesamt viele Disziplinen beteiligt.

11 Vgl. <http://www.crickett.com> [12.10.2014].

12 Vgl. <http://www.featureshoot.com/2014/05/sofie-kesteleyn/> [12.10.2014].

13 Ramm, Wolf-Christian [inhaltlich verantwortlich im Sinne des Presserechts]: *terre des hommes Deutschland, homepage* 2015, <http://www.tdh.de/de/was-wir-tun/themen-a-z/kindersoldaten.html> [12.10.2014].

14 Definition nach den Pariser Prinzipien von 2007.

15 Vgl. hierzu Stockholm International Peace Research Institute: *SIPRI Yearbook 2014. Armaments, Disarmament and International Security*, Oxford 2014, S. 8, <http://www.sipri.org/yearbook/2014> [12.10.2014].

DIE GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG DER DESIGNERINNEN UND DESIGNER

Designer und Designerinnen sind dennoch vor, während und nach dem Krieg beteiligte Kompetenzen mit entsprechender gesellschaftlicher Verantwortung: Irgendein Designer gestaltet Propagandamaterialien, ein anderer die Medienkampagnen, wieder ein anderer Logos, Verpackungen, Geräte, Fahrzeuge, Waffen und Uniformen und so fort.

Ein prominentes Beispiel findet man in Alessandro Manzini, dem Prototyp eines Designers, in Maßanzug und mit gegelter Frisur, der eine Landmine in kräftigen bunten Farben mit einer formalen Ähnlichkeit eines Schmetterlings gestaltet hat. Er ist von der Form und der Materialität sowie der perfekten Funktionsweise völlig überzeugt. Das Produkt besitzt die heitere Ausstrahlung eines Kinderspielzeuges. Auf die Frage, was passieren würde, wenn ein Kind dieses finden würde, antwortet er: »Er sei doch nur ein Designer«. Erst später erkennt man in dem Spot, dass es sich um eine Kampagne der United Nations handelt, die auf Landminen und ihre Auswirkungen aufmerksam machen soll.¹⁶ Auch wenn es in diesem Fall »nur« eine ironische Darstellung der United Nations ist, so macht sie doch eindringlich darauf aufmerksam, dass Gestaltende in diesen und ähnlichen Bereichen tätig und mitverantwortlich sind. Das Design ist Teil der Gesellschaft. Die Artefakte, die von Designerinnen und Designern gestaltet werden, sind ein Spiegel der Gesellschaft. In der gesamten Menschheitsgeschichte hat es kriegerische Auseinandersetzungen gegeben und damit verbunden die Entwicklung und Gestaltung von Kriegsgeräten. Design bildet dabei einen Teilbereich, ist jedoch ebenfalls beteiligt. Gestaltende, die an solchen Projekten arbeiten, werden gegenwärtig eher nicht, so wie in diesem Spot dargestellt, an die Öffentlichkeit treten. Weil das so ist, möchte ich mich mit den Designerinnen und Designern beschäftigen, die sich mit den Auswirkungen des Krieges befassen.

Ein Gegenprojekt zu den zerstörerischen Landminen, von denen insbesondere Kinder betroffen sind, stellt der »Mine Kafon« dar. Massoud Hassani, der in Afghanistan seine Kindheit verbracht hat, gestaltete den Mine Kafon, ein mit Windkraft angetriebener Landminen-Räumer. Der Mine Kafon (Kafon ist Dari und bedeutet Explosion), ist eine Kugel aus Bambus, Gummi, Kunststoff und Metall und hat die Anmutung einer Pustelblume. Wie viele Kinder in Afghanistan hat auch Hassani früher Spielzeuge gebaut, die vom Wind angetrieben durch die Wüste fliegen konnten.

»Die Wüste war unser Spielplatz. Sie lag nicht weit von einem Militärflughafen [...]. Das Terrain war von Landminen und anderen Sprengsätzen infiziert, weil dort jahrelang Soldaten trainierten und das Zeug zurückließen.«¹⁷

16 Vgl. <http://creativity-online.com/work/united-nations-landmine-designer/136> [12.10.2014].

17 Massoud Hassani im Interview mit Duk, Wierd: Eine gigantische Pustelblume räumt Landminen, in: *zeit online*, 2013, <http://www.zeit.de/wissen/2013-01/minenraeumer-mine-kafon-hassani> [12.10.2014].

Tritt ein Mensch auf diese Sprengsätze, so explodiert die Mine und zerstört alles in ihrem direkten Umkreis. Hassani hatte das Ziel, mit einfachen Mitteln diese Landminen aufzuspüren und zur Explosion zu bringen, um möglichst große Flächen wieder sicher zu machen: Der Mine Kafon wiegt insgesamt 80 kg und würde 40 Euro kosten. Pro Explosion verliert sie 25 ihrer 175 Beine und ist so mehrfach einsetzbar.¹⁸

Menschen zu retten, ist auch das Ziel von Patrick Staudt, Masterstudent an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig im Bereich Transportation Design, er hat das Konzept »Helpster«¹⁹ entworfen: Er hat sozusagen eine positive Nutzung des Prinzips der Streubomben entwickelt, um in Seenot Geratene weiträumig mit Rettungswesten auszustatten.

Ein bekanntes Projekt, das auf die Auswirkungen des Krieges aufmerksam machte, war das der Schweizer Sektion von Amnesty International, die Plakate entwickelten, die das Grauen von Menschenrechtsverletzungen bzw. Auswirkungen des Krieges in unseren persönlichen Alltag transportierten, indem sie mit fotografischen Mitteln Konfliktsituationen direkt in die Umgebung integrierten. Mit dem Slogan »Es geschieht nicht hier. Aber jetzt.« schufen die Gestaltenden einen direkten Bezug zum Geschehen. Die Plakate waren vom 29. Mai bis 23. Juni 2006 an ausgewählten Standorten in Bern, Basel, Luzern, Winterthur, Zürich, Lausanne, Genf und Lugano zu sehen. Die Kampagne wurde ermöglicht dank der Unterstützung von der Walker Werbeagentur (Kreation und Ausführung), Federico Naef (Fotografien), Keystone (Bilder) und APG (Plakatstellen).²⁰

Während des Krieges und nach dem Krieg sind Hilfsmittel nötig, die gestaltet werden müssen, wie zum Beispiel das Unternehmen »morethanshelters« zeigt. Anlässlich der Jahrestagung 2014 der Deutschen Gesellschaft für Designgeschichte unter dem Titel »Social Design« in Hamburg hielt Daniel Kerber einen Vortrag über seine Architekturprojekte für Flüchtlinge aus Syrien in Jordanien.

Er entwickelte mit seinem Team Zelte, die leicht aufzubauen sind, sich den klimatischen Umständen des betreffenden Landes anpassen und bedeutend länger halten als herkömmliche Flüchtlingsunterkünfte. Daniel Kerber beschreibt seinen Entwurf in einem Interview folgendermaßen:

»Ich nenne es nicht Zelt, sondern modulares System. Es besteht aus einem Boden, einem Tragwerk und einer Außenhaut. All das stellt unsere Firma »morethan-shelters« in verschiedenen Materialien her, die man kombinieren kann wie bei einem Lego-Baukasten: In einem Lager in der Hitze von Kenia braucht man eine luftdurchlässige Außenhaut, im libanesischen Winter eine, die besser isoliert. Wenn es Überschwemmungen gibt, können wir den Boden erhöhen und das Zelt so trocken halten. Bei einem Wintereinbruch fügen wir außen eine zweite Haut hinzu und füllen den Zwischenraum mit Stroh: Schon haben wir eine Isolierschicht. Das Tragwerk macht die Unterkunft fast so stabil wie eine Hütte.«²¹

18 Ebd.

19 Vgl. Staudt, Patrick: *HELPSTER – Seenotrettung & Streubomben*, <http://www.patrickstaudt.blogspot.de/2014/04/helpster-seenotrettung-streubomben.html> [14.10.2014].

20 Vgl. Amnesty International Schweiz: *AI-Plakatkampagne »Es geschieht nicht hier. Aber jetzt.«*, 2006, <http://www.amnesty.ch/de/about/dok/2006/ai-plakatkampagne-es-geschieht-nicht-hier-aber-jetzt> [12.10.2014].

21 Gurk, Christoph/Hampel, Lea: Zwischen den Welten, Interview, in: *Süddeutsche Zeitung* 31, 2013, <http://szmagazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/40247/> [12.10.2014].

Seit einigen Jahren gebe ich ein Seminar, in dem es um die Verantwortung der Designer geht. Auf die Frage, was die Studierenden nicht gestalten würden, kommt häufig die Antwort, dass sie auf gar keinen Fall Plakate und Flyer für radikale Parteien gestalten könnten, was sicher auf unsere jüngere Geschichte zurückzuführen ist.²² Fast alle Studierenden sagen, sie würden weder Waffen, die Menschen töten, noch Produkte, die Menschen hinrichten könnten, gestalten (wie zum Beispiel einen Elektrischen Stuhl).

Mit dieser Einstellung stehen die Studierenden nicht allein – auch prominente Designer bekennen sich dazu, Gestaltungen abzulehnen, die nicht ihrer persönlichen ethischen Auffassung entsprechen, wie zum Beispiel Philippe Starck, der in einem Interview mit Thomas Bärnthaler von der Süddeutschen Zeitung sagte, dass er Gestaltungsanfragen aus ethischen Gründen ablehnt. Er sagt hierzu:

»Ich lehne jeden Tag Vorschläge ab. Wir sind ein ethisches Unternehmen, mit einer eigenen Charta, die seit mehr als 30 Jahren gilt. Ich arbeite nicht fürs Militär, nicht für Hersteller von harten Alkoholika, nicht für Tabakunternehmen. Wir arbeiten auch nicht für Religionen. Wir entwerfen auch keine Dinge, die von seltsamem Geld bezahlt werden. Und auch nicht für die Ölindustrie. All das umfasst etwa 50 Prozent unserer Anfragen. Die sortiert mein Assistent sofort aus und schmeißt sie weg. Dabei geht es mir nicht um Perfektion, ich bin ja auch nur ein Mensch. Manchmal mache ich Sachen nur des Spaßes wegen.«²³

Ähnlich positionieren sich die Designerinnen und Designer der Agentur »nowak-teufelundknyrim«, die alle Aufträge ablehnen, die sie nicht verantworten können, genau wie die Münchner Kommunikationsagentur Kochan und Partner, die im Magazin »Page« 07/12 in einem Interview gesagt hat, dass sie

»konsequent Aufträge ablehnen, die durch ihre Produkte oder auch ihr Handeln direkt den Frieden auf dieser Welt gefährden, die unter menschenverachtenden Bedingungen produzieren oder unsere Umwelt aktiv zerstören.«²⁴

An dieser Stelle möchte ich auf die Eingangsfragen zurückkommen: Welches Gesellschaftsbild beherrscht das Denken und Handeln, dass sich Menschen instrumentalisieren lassen? Betrachten wir das Konzept, das Judith Butler dargestellt hat, das Konzept der Abgrenzung des Wir zu den Anderen, das keinen perspektivischen Wechsel zulässt. Wenn die Konfliktpotenziale im System und der Ideologie liegen, und wir darüber hinaus die »Anderen« nur gefiltert wahrnehmen, weil die Berichterstattung beziehungsweise die Macher der Medien (also auch die Designer) die Notwendigkeiten der kriegerischen Auseinandersetzung unterstützen und propagieren, dann wird es auch eine Bereitschaft in der breiten Masse geben, die kriegerische Auseinandersetzung zu unterstützen. Damit wäre dies das gesellschaftliche Umfeld, in dem Designer agieren.

22 Hervorzuheben ist hierbei der Zweite Weltkrieg, der medial stärker aufbereitet war als der erste und der deutlich die Beteiligung der Gestaltenden in ihrer Vielfalt aufzeigt (Hugo Boss, Uniformgestaltung der Waffen SS; Leni Riefenstahl, Propagandafilme; Logoentwicklung; Grafikdesign; Plakatgestaltung, zum Beispiel Hans Herbert Schweitzer, genannt »Mjölhir«).

23 Bärnthaler, Thomas/Starck, Philippe: Dem Design fehlt Idealismus und Moral, in: *Süddeutsche Zeitung* 16, 2009, S. 2.

24 Dohmann, Antje: Ein kleines bisschen besser, in: *Page 7*, 2012, S. 28.

In welchem äußeren Rahmen und mit welcher inneren Verfasstheit agierten Designer oder vielmehr diejenigen Personen, die Berufe und Professionen ausübten, die man heute im weitesten Sinne dem Design zuordnet? Diese Frage betrifft die persönliche Haltung der entsprechenden Gestalter und Gestalterinnen, die in dem oben genannten gesellschaftlichen Umfeld arbeiten und ihre persönliche gesellschaftliche Verantwortung abwägen müssen, einige Gestaltende haben sich diesbezüglich öffentlich positioniert (siehe oben).

Und nicht zuletzt: Was müssen wir aus diesen Vorkommnissen lernen und berücksichtigen, wenn wir von der Verantwortung des Designers sprechen? Designer und Designerinnen sollten sich folgende Fragen stellen: In welchem Wertesystem gestalte ich, und welche Werte vertrete ich persönlich? Daraus folgt: Was sollen wir als Gestaltende tun? Was müssen wir als Gestaltende lassen? Diese Fragestellung folgt im Grunde dem Kant'schen kategorischen Imperativ: »Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.«²⁵

David Berman bringt diese Auseinandersetzung mit den folgenden Fragen auf den Punkt:

»So when it comes to the question what is right or what is wrong in the professional work, simply ask yourself, ›How would I deal with this on a personal level? Would I recommend this product to my children? Could I look my daughter or my best friend in the eye while speaking this message or pitching the product I've designed, or would I have to look away?‹.«²⁶

Die Haltung des einzelnen Gestaltenden ist also gefragt: Als Designer oder Designerin muss ich mir die Frage stellen, ob ich mit meinem eigenen Anspruch und Handeln bereit bin, Dieses oder Jenes zu gestalten oder auf gestalterische Weise zu unterstützen.

Das Projekt »Do good Design« von David Berman geht sogar noch einen Schritt weiter. Er fordert die Designenden dazu auf, 10 % ihrer professionellen Arbeit einem Projekt zur Rettung der Welt zu widmen.²⁷ Er glaubt, dass Design die Macht hat, die Welt zu verändern – und ich glaube das auch!

QUELLENVERZEICHNIS

Amnesty International Schweiz: *AI-Plakatkampagne »Es geschieht nicht hier. Aber jetzt.«*, 2006, <http://www.amnesty.ch/de/about/dok/2006/ai-plakatkampagne-es-geschieht-nicht-hier-aber-jetzt> [12.10.2014].

Bärnthaler, Thomas/Starck, Philippe: Dem Design fehlt Idealismus und Moral, in: *Süddeutsche Zeitung* 16, 2009, S. 2.

Berman, David: *Do good Design. How Designers can change the World*, Berkely 2009.

Butler, Judith: *Krieg und Affekt*, Zürich/Berlin 2009.

Dohmann, Antje: Ein kleines bisschen besser, in: *Page 7*, 2012, S. 28.

25 Kant, Immanuel: *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*, Akademie-Ausgabe Kant Werke IV, Berlin 1968, S. 421.

26 Berman, David: *Do good Design. How Designers can change the World*, Berkely 2009, S. 152.

27 Vgl. ebd., S. 153.

- Gurk, Christoph/Hampel, Lea: Zwischen den Welten, Interview, in: *Süddeutsche Zeitung* 31, 2013, <http://szmagazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/40247/> [12.10.2014].
- Hassani, Massoud, im Interview mit Duk, Wierd: Eine gigantische Pusteblume räumt Landminen, in: *zeit online*, 2013, <http://www.zeit.de/wissen/2013-01/minenraeumer-mine-kafon-hassani> [12.10.2014].
- Heidelberg Institute for International Conflict Research: *Conflict Barometer 2013*, Heidelberg 2014.
- Kant, Immanuel: *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*, Akademie-Ausgabe Kant Werke IV, Berlin 1968.
- Milev, Yana (Hg.): *Designkulturen. Der erweiterte Designbegriff im Entwurfsfeld der Kulturwissenschaft*, München 2013.
- Ramm, Wolf-Christian [inhaltlich verantwortlich im Sinne des Presserechts]: *terre des hommes Deutschland, Kindersoldaten*, <http://www.tdh.de/de/was-wir-tun/themen-a-z/kindersoldaten.html> [12.10.2014].
- Staudt, Patrick: *HELPSTER – Seenotrettung & Streubomben*, <http://www.patrickstaudt.blogspot.de/2014/04/helpster-seenotrettung-streubomben.html> [14.10.2014].
- Stockholm International Peace Research Institute: *SIPRI Yearbook 2014. Armaments, Disarmament and International Security*, Oxford 2014, S. 8, <http://www.sipri.org/yearbook/2014> [12.10.2014].