

NEW CIVIC DESIGN

BILDET SEIT
2010 EINEN
SCHWERPUNKT
DER
ANGEWANDTEN
**LEHRE UND
FORSCHUNG**
AM **FACHBEREICH
DESIGN DER FH
DÜSSELDORF.**

ALUF 4
DOKUMENTIERT
ERSTMALS EINE
AUSWAHL AN
PROJEKTEN.

NEW CIVIC DESIGN

FACHBEREICH DESIGN
AUS LEHRE UND FORSCHUNG:
ALUF 4
FACHHOCHSCHULE DÜSSELDORF

CONTENT

| | |
|-----|---|
| 004 | WIR WOLLEN DASIGN |
| 016 | CIVIC DESIGN ALS DEMOKRATISCHE IDEE VON DESIGN |
| 030 | CIVIC DESIGN: NÉCESSAIRE PLÉONASME |
| 042 | ACH AACHEN |
| 050 | BLOCK |
| 060 | CITY TRIMM |
| 064 | D21 |
| 072 | DORFSTADT |
| 078 | ERKRATH ERFAHREN |
| 084 | FLINGERN MITTE |
| 094 | FOODSWAP |
| 098 | FREMD |
| 108 | PARK & SMILE |
| 114 | PARKRAUM |
| 124 | PFANDFINDER |
| 138 | RUHRLANDSEE |
| 152 | STADTVERZEHR STADTVERKEHR |
| 170 | WASSER MADE IN GERMANY |
| 178 | LITERATUR |
| 179 | IMPRESSUM |

WIR WOLLEN DASIGN

DESIGN ALS HERMENEUTISCHE GESTALTUNG IN
DER BÜRGERGESELLSCHAFT

WIRKLICHKEIT GESTALTEN

Design ist eine Metapher für das, was wir mit *New Civic Design* erreichen wollen: dass sich Design wieder stärker um die Realitäten kümmert, näher an die Wirklichkeit der Menschen, ihr Dasein heranrückt, statt immer bloß Oberflächen von Wirklichkeit oder deren Darstellung aufzuhübschen und Pixel von A nach B zu schieben, während im Kern nichts verändert wird. Was Karl Marx seinerzeit für die Philosophie attestierte, gilt heute für das Design: *Die Designer haben die Welt immer nur interpretiert, es kommt aber darauf an, sie zu verändern.* Warum ist jetzt der richtige Zeitpunkt?

WE WANT DASIGN

DESIGN AS HERMENEUTICAL SHAPING OF
CIVIC SOCIETY

SHAPING REALITY

Dasign is a metaphor for what we want to achieve with *New Civic Design*: For design to return to a closer consideration of the realities of people and their existence, instead of always just prettifying the surfaces or representations of reality and shifting pixels from A to B while in the essence nothing changes. What Karl Marx once wrote about philosophy now applies to design: *The designers have always only interpreted the world in various ways; the thing is to change it.* Why is now the right time?

DESIGN ALS BEWUSSTSEINSSCHULE

Wir sehnen uns nach dem einfachen Leben, weil alles so kompliziert ist. Das Gefühl kennen wir schon lange. Inzwischen sind die Dinge aber nicht mehr nur kompliziert, sondern immer häufiger auch komplex. Das fällt zunächst nicht weiter auf, denn alles Komplizierte ist immer schon auch teilweise komplex. Seit der Jahrtausendwende und einer beschleunigten Globalisierung steigt jedoch der Anteil von Komplexität in allen Lebensbereichen, ein derzeit noch schleichender Prozess, der von Makroökonomie, internationaler Politikwissenschaft und Globalisierungstheoretikern jedoch sehr ernst genommen wird. Die alarmierende Interdependenz in der globalen Ökonomie und Ökologie und eine mittlerweile systemimmanente Volatilität von Angebot und Nachfrage und dem Aufstieg und Fall von Regionen, Branchen, Schichten sorgt absehbar für weitere Steigerungen des Prozentanteils an Komplexität in einer ohnehin schon komplizierten Welt. David Snowden hat als erster darauf hingewiesen, dass die Behandlung komplizierter und komplexer Vorgänge und Probleme eine grundsätzlich andere Herangehensweise erfordert. Kompliziertes lässt sich beherrschen, mit Methoden, Wissen und Regeln, vor allem aber auch mit einer Haltung des *command and control*. Statt Methoden braucht man für komplexe Situationen jedoch Ideen, statt Wissen braucht man Können, statt zu lernen muss man üben, statt mit Regeln arbeitet man hier mit Prinzipien. Die Headline lautet *sense and probe*.

Eine Problemlösungskompetenz, die ihre Kraft aus Ideen, Können, Üben und Prinzipien schöpft, wird aber gerade durch Design geschult, bildet das Credo der Gestaltungsphilosophie von Bauhaus bis HfG Ulm. „Gestaltet die Form aus dem Wesen der Aufgabe“, empfiehlt Ludwig Mies van der Rohe. Das Wesen der Aufgabe kann jedoch nicht durch Rückgriff auf vorhandenes Wissen und Methoden erschlossen werden, sondern verlangt nach Sensibilität und Ganzheitlichkeit in der Annäherung, nach Spielen, Üben und Querdenken, nach Experimentieren und Scheitern, kurz nach einem tiefen Verständnis für das Wesen einer Sache, die aus intellektuellem und praktischem Umgang mit dieser Sache gewonnen wurde. Aus der Sache heraus gestalten, hat das Otl Aicher genannt. Martin Heidegger, der Erfinder des Daseins und heimlicher Designtheoretiker, beschreibt dieses Verständnis in seinem Hauptwerk *Sein und Zeit*: „Je weniger das Hammerding nur begafft wird, je zugreifender es gebraucht wird, um so ursprünglicher wird das Verhältnis zu ihm, um so unverhüllt begegnet es als das, was es ist, als Zeug. Das Hämmern selbst entdeckt die spezifische Handlichkeit des Hammers. Die Seinsart von Zeug, in der es sich von ihm selbst her offenbart, nennen wir Zuhandenheit.“

Die Neigung und Fähigkeit zu einer Haltung des *sense and probe* sind Schlüsselqualifikationen des Designers, der den Vorteil mitbringt, keine exakte Wissenschaft zu betreiben, sondern Hermeneutik, die mit Mehrdeutigkeit und Unschärfe immer schon besser umgehen konnte. *Ars intelligendi*, *Ars explicandi* und *Ars applicandi* sind Königsdisziplinen in der Durchdringung komplexer Materie. Design als Hermeneutik kann verstehen, erklären und anwenden, wo man mit analysieren, strukturieren und definieren nicht mehr weiterkommt. Der Stellenwert dieser Schlüsselqualifikation steigt derzeit rapide, das Management von Komplexität ist eine glasklare Gestaltungsaufgabe. Was die Welt immer mehr braucht, sind keine Spezialisten, sondern eine Bewusstseinschule für das Wesen einer (komplexen) Sache, das ich nur im ganzheitlichen, interdisziplinären, praktischen und kreativen Umgang mit dieser Sache erfahren kann. Genau dafür ist Design das beste Propädeutikum, genau dies sollte seine Rolle im 21. Jahrhundert sein.

DESIGN AS A SCHOOL OF CONSCIOUSNESS

We long for the simple life because everything is so complicated. We have known that feeling for a long time. Now, however, things are not only complicated, but also more and more frequently complex. For a while that goes unnoticed, for after all everything complicated is also at least in part complex. However, since the millennium and with accelerated globalization, the proportion of complexity in all areas of life has been rising, in what is still an insidious process but one that is taken very seriously by macro-economists, international political scientists and globalization theorists. The alarming interdependence of the global economy and ecology, and what has now become an inbuilt volatility of supply and demand, coupled with the rise and fall of regions, industries and social classes, is likely to ensure that the percentage of complexity in an already complicated world will increase even more. David Snowden was the first to point out that dealing with complicated and complex processes and problems requires a fundamentally different approach. The complicated can be mastered with methods, knowledge and rules, and above all with an attitude of *command and control*. In complex situations, however, ideas are needed instead of methods, skills instead of knowledge, practice instead of learning, and principles instead of rules. The rubric reads *sense and probe*.

Problem-solving expertise which draws its strength from ideas, skills, practice and principles is however exactly what design trains. Such is the credo of design philosophy from the Bauhaus to the Ulm School of Design. "Design the form from the essence of the task", Ludwig Mies van der Rohe advises. The essence of the task cannot however be identified with recourse to existing knowledge and methods, but rather demands a sensitive and holistic approach, with play, practice and lateral thinking, trial and error – in short, the deep understanding of the essence of an object which is derived from intellectual and practical handling of that object. Otl Aicher called it designing from within the object. Martin Heidegger, the inventor of Dasein and covert design theorist, describes this understanding in his major work *Being and Time*: "The less we just stare at the hammer-thing, and the more we seize hold of it and use it, the more primordial does our relationship to it become, and the more unveiledly is it encountered as that which it is – as equipment. The hammering itself uncovers the specific 'manipulability' of the hammer. The kind of Being which equipment possesses – in which it manifests itself in its own right – we call 'readiness-to-hand'"

The inclination and ability to adopt a *sense and probe* attitude are key qualifications of the designer who has the advantage of not pursuing an exact science, but rather hermeneutics, which has always been better at handling polysemy and uncertainty. *Ars intelligendi*, *ars explicandi* and *ars applicandi* are the supreme disciplines in the penetration of complex material. Design as hermeneutics can understand, explain and apply where analyzing, structuring and defining are no longer conducive to progress. The relative importance of this key qualification is now increasing rapidly, and management of complexity is quite clearly a design task. What the world needs more and more is not specialists, but a school of consciousness of the essence of (complex) matters which can only be grasped in a holistic, multi-disciplinary, practical and creative handling of those matters. Design is the best propaedeutic for exactly that, and exactly that should be its role in the 21st century.

DESIGN IM MARKT

Der geschilderte Bedarf an Design und Designern korrespondiert mit einer Schwemme von Designdienstleistungen, die Darstellung und Oberfläche von Wirklichkeit betreffen. Die Marktpreise für diese Leistungen sind in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gesunken. Dafür sorgen massenhaft verfügbare Produktdesigner, Verpackungsdesigner, Kommunikationsdesigner, Eventdesigner, Gamedesigner, Webdesigner in 2D, 3D und virtual reality, dafür sorgen zunehmend auch die neuen Generationen von Hochschulabsolventen aus den bevölkerungsreichen BRIC Staaten Brasilien, Russland, Indien, China, die inzwischen mehr Bachelors in Design produzieren als Europa und die USA. Der von der Wirtschaft beklagte Mangel an Fachkräften betrifft Ingenieure, Informationstechnologen und Facharbeiter der industriellen Produktion, jedoch keine Gestalter. Die Tendenz zur Standardisierung von allem und jedem ist in der Industrie nach wie vor hoch, Arbeitsplätze für Gestaltung werden so kontinuierlich durch Konzentration und Zentralisierung abgebaut. Noch vor zehn Jahren wurden die meisten Werbekampagnen für internationale Marken Land für Land entwickelt und haben Hunderte von Art Directors ernährt, heute macht den Job ein einziges Team in einer Agentur, die noch halb so viele Mitarbeiter hat wie im Jahr 2000 und nicht mehr 3.000 Euro Einstiegsgehalt bietet für einen Hochschulabsolventen mit zwei Jahren Praxiserfahrung, sondern vielleicht noch 1.800. Die Absolventen des Diplomstudiengangs Design aus den letzten fünf Jahren in Deutschland sind größtenteils *self-employed*, als Ich AG Design und Mädchen für Pixel aller Art, weil sie Aufträge annehmen müssen, wie sie kommen und selten eine Wahl haben.

Der Markt für Design ernährt seine Designer also eher schlecht als recht, nur wenige schaffen es, in Einkommenssphären vorzustoßen, die bei Bankkaufleuten, Betriebswirten, Ärzten, Rechtsanwälten oder Ingenieuren als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Weil Pixel-Design eine niedere Dienstleistung ist. Sogar der Modedesigner, der aus Sicht der Designer ja gar kein richtiger Designer, sondern eher Stylist für Saisonware ist, steht in der gesellschaftlichen Anerkennung höher und verdient deutlich mehr. Ist das zu fassen? Ja, es ist, wir sind es sogar selber schuld. *Wem es in der Küche zu heiß ist, der kann halt nicht mitkochen*, lautet nämlich das Motto der Macht- und Entscheidungshierarchien, wobei *heiß* eine Metapher für unangenehm ist: unangenehme Entscheidungen, unangenehme Verhandlungspartner, unangenehme Probleme, unangenehme Grenzgänge an dem, was machbar, vertretbar, verantwortbar ist. Designer hingegen halten sich von unangenehmen Situationen gern fern. Sie fühlen sich zuständig für das Schöne in der Welt, weshalb sie dort, wo Hässlichkeiten zum Alltag gehören, wo Realitäten unbarmherzig Zwang ausüben, gar nicht erst hingehen. Deshalb dürfen sie auch nicht mitentscheiden, weder in der Wirtschaft, noch in der Politik. Deshalb sitzt auch kein Designer in irgendeinem Vorstand. Weil sie sich alle an der harten Wirklichkeit vorbeidrücken und die Nischen suchen, wo Illusionen noch kultiviert werden können.

Damit keine Missverständnisse aufkommen: Wir lieben Nischen. Es wird auch künftig welche geben, aber eines ist klar: nicht genug für alle. Wer heute den Blick hebt und sich fragt, wo künftig Designer gebraucht werden, landet in den Maschinenhallen industrieller Produktion und Vermarktung, nicht aber in den Vorstandsetagen und Führungskreisen. Weil das nicht alles sein kann, ist Design gefordert, seine Gestaltungsrelevanz außerhalb von Nischen zu formulieren und zu erarbeiten. Wer relevant sein will, muss politisch und ökonomisch denken. Kultur und Soziales bleiben Randgebiete außerhalb der Küche, jedenfalls aus Sicht der Entscheider in Wirtschaft und Politik. Der notorische Eskapismus der Designer in allen ökonomischen Fragen muss deshalb dringend überwunden werden.

DESIGN IN THE MARKETPLACE

The demand for design and designers outlined above coincides with a glut of design services dealing with the presentation and surface of reality. The market prices of these services have continuously fallen in the last ten years. This is a result of the availability of masses of product designers, packaging designers, communications designers, event designers, game designers and web designers in 2D, 3D and virtual reality, and is further fuelled by the new generations of university graduates from the populous BRIC countries, Brazil, Russia, India and China, which now produce more bachelors in design than Europe and the USA. The shortage of specialists of which industry complains concerns engineers, IT specialists and skilled workers in industrial production, but not designers. The trend in industry towards standardization of everything and everyone is still alive, and design jobs are therefore continually being cut by concentration and centralization. Even ten years ago, most advertising campaigns for international brands were organized country by country and kept hundreds of art directors in bread and butter, while now the job is done by a single team at an agency which only has half as many employees as in the year 2000 and no longer offers a starting salary of 3000 euros for a university graduate with two years' practical experience, but perhaps 1800 or less. The graduates in design in Germany from the last five years are for the most part *self-employed*, as jacks of all trades and maids of all work, because they have to take the jobs as they come and seldom have a choice.

The market for design, then, keeps its designers just above or on the breadline, and few of them make it to income levels which bankers, accountants, doctors, lawyers or engineers regard as a matter of course. Because pixel design is a low-level service. Even fashion designers, who designers do not regard as proper designers at all, but rather as stylists for seasonal goods, enjoy higher status in society and earn significantly more. Unbelievable? Well, no, and it is even our own fault. *If you can't stand the heat, get out of the kitchen* is the motto of the power and decision hierarchies, with *heat* being a metaphor for the unpleasant: unpleasant decisions, unpleasant negotiating partners, unpleasant problems, and unpleasant walks along the fine line separating what is feasible, justifiable and acceptable from what is not. Designers, on the other hand, like to avoid unpleasant situations. They feel that their responsibility is for the beauty in the world, which is why they shy away from places where ugliness is commonplace and where reality exerts merciless compulsion. That is also why they are not allowed to participate in the decision-making process, neither in industry nor in politics, and why there are no designers on the boards of major companies. Because they all shirk harsh reality and search for the niches where illusions can still be cultivated.

Let there be no misunderstanding: We love niches. There will still be niches in the future, too, but one thing is clear: not enough for everyone. Those who gaze out today and wonder where designers will be needed in future land in the machine shops of industrial production and marketing, and not in the executive floors and management circles. Because that cannot be all there is, design is challenged to formulate and establish its creative relevance outside the niches. If you want to be relevant, you have to think politically and economically. Culture and social affairs remain peripheral areas outside the kitchen, at least from the point of view of the decision-makers in industry and politics. It is therefore urgently necessary for the notorious escapism of designers in all economic questions to be overcome.

SHARE DESIGN

Wachsende Komplexität und der von ihr ausgelöste Bedarf nach *sense and probe* Gestaltung sind allein schon ein guter Grund für eine Neuorientierung des Designs. Der Druck des Marktes, Designdienstleistungen zum commodity herunter zu deklinieren und Designer zu Zuträgern relevanter Prozesse zu machen, ein zweiter. Der eine zieht, der andere schiebt. Aber es gibt weitere Gründe.

„The Capitalist System is under siege“, schreibt Michael Porter in seinem Essay *Creating Shared Value*, Harvard Business Review Januar 2011: „In recent years business increasingly has been viewed as a major cause of social, environmental, and economic problems. Companies are widely perceived to be prospering at the expense of the broader community.“ Profite auf Kosten der Gesellschaft zu erwirtschaften wird jedoch zunehmend kostspieliger. Porter rechnet vor, dass die Kompensationskosten eines gesellschaftsschädlichen Geschäftsmodells für die Unternehmen mittlerweile so hoch sind, dass es beginnt sich zu lohnen, von vornherein gesellschaftsnützliche Geschäfte zu betreiben, die zunächst weniger Gewinn abwerfen, aber auch keine Kompensationskosten erfordern und so letztlich profitabler sind. Es führt kein Weg daran vorbei, dass Wertschöpfung geteilt werden muss, die Frage ist nur, ob ich gesellschaftliche Wertschöpfung von vornherein erbringe oder mir erst hinterher von meinen Gewinnen abringen lasse. Diese aktuelle Debatte der strategischen Unternehmensführung über den *Shared Value* bietet ein weiteres Indiz dafür, dass wir im Zeitalter des Teilens und der Teilhabe leben. Partizipation ist Trumpf im Internet, wir teilen Texte, Bilder, Filme quasi mit allen, wir haben als Prosumer Teil an der Verfertigung von Marken und Produkten, wir stehen als Wutbürger auf der Straße und wollen teilhaben an politischen Entscheidungen, die unsere unmittelbare Nachbarschaft betreffen. Sogar die Überführung von Karl Theodor zu Guttenbergs *shareware* Dissertation wird als partizipativer Prozess orchestriert.

Sharing ist keine Privatsache, auch wenn der Social Network Hype dies auf den ersten Blick vermuten lässt. Sharing wirkt politisch, weil es Reformen und sogar Revolutionen von unten ermöglicht, siehe Ägypten. Sharing wirkt natürlich auch ökonomisch, weil es darum geht, ökonomischen, ökologischen und sozialen Nutzen zu teilen und zu versöhnen. Und Sharing ist schließlich auch eine Kategorie des Föderalismus und Kommunitarismus, der geteilten Sorge und Verantwortung für den Staat und seine Gliederungen. Das faire und vernünftige Teilen auf allen diesen Ebenen ist jedoch nicht leicht, wie wir wissen. Es organisiert sich über Debatten und Verteilungskämpfe zwischen den Positionen, die natürlich immer interessen-geleitet sind und Kompromisse produzieren. Die Alternative wäre, Partizipation sich nicht selbst organisieren zu lassen, sondern einen Gestaltungsrahmen für Teilhabe vorzugeben. Mit *Sharedesign* wäre Stuttgart 21 wohl anders verlaufen. Wir sehen jetzt, welche Folgen eine Ex machina Politik nach dem *command and control* Muster anrichtet. Die Beteiligung der Institutionen, Unternehmen und vor allem Bürger ist jedoch keine Schlichtungsaufgabe ex post, sondern eine Gestaltungsaufgabe ex ante. Es ist eine Frage der Kommunikation und der *Form* der Teilhabe, die deren Ernsthaftigkeit und Fairness auch schützen muss. Beispielsweise gegen die Instrumentalisierung von Konflikten durch Parteien. Wer sollte eine solche Form finden? Etwa die Politik? Oder die Wirtschaft? Oder irgendjemand anderes, der selbst eine Interessensposition innerhalb von Stuttgart 21 vertritt? Geeignet wären Designer, besser Dsigner, aber die werden derzeit nicht gefragt, sondern stattdessen von allen Konfliktparteien benutzt, um Flyer zu machen.

SHARE DESIGN

Growing complexity and the demand for *sense and probe* which it engenders are themselves reason enough for a reorientation of design. The market pressure to reduce design services to the level of a commodity and make designers the dogsbodies of relevant processes is another. One pulls, the other pushes. But there are other reasons too.

“The capitalist system is under siege”, Michael Porter writes in his essay, *Creating Shared Value* in the Harvard Business Review of January 2011. “In recent years business increasingly has been viewed as a major cause of social, environmental, and economic problems. Companies are widely perceived to be prospering at the expense of the broader community.” Making profits at the cost of society is however becoming increasingly expensive. Porter calculates that the costs of compensating for a business model which is harmful to society are now so great for the companies concerned that it is beginning to become worthwhile from the start to do business which benefits society, initially generates less profit but does not entail any compensation cost and is then in the final analysis more profitable. There is no escape from sharing added value; the only question is whether to contribute added social value in advance, or whether it is to be wrest from the profits at a later date. This current debate on *shared value* in strategic management circles is a further indication of the fact that we are living in an age of sharing and participation. Participation is trumps in the internet: We share texts, pictures and films with almost everyone, and as prosumers we take part in the fabrication of brands and products. As disaffected citizens, we take to the streets and demand to participate in political decisions which affect our neighbourhoods. Even the unmasking of Karl Theodor zu Guttenberg’s *shareware* dissertation was orchestrated as a participatory process.

Sharing is not a private matter, even if the social network hype would have us believe so at first glance. Sharing has a political impact, because it makes reforms and even revolutions from the bottom up possible, as witnessed by Egypt. Sharing of course also has an economic impact, because the aim is to apportion and reconcile economic, ecological and social benefit. And finally, sharing is also a category of federalism and communitarianism, shared care and responsibility for the state and its structures. Fair and reasonable sharing on all these levels is not however easy, as we know. It is organized in debates and distribution conflicts between positions which are naturally driven by self-interest and result in compromises. The alternative would be not to have participation organized by the participants themselves, but rather to stipulate a design framework for participation. With *sharedesign*, the Stuttgart 21 protests would surely have turned out rather differently. We can see now what consequences *ex machina* politics following the *command and control* pattern has. The involvement of institutions, businesses and above all citizens is not, however, an *ex post* arbitration function, but an *ex ante* design function. It is a question of communication and the *form* of participation, in which sincerity and fairness also have to be protected. Protected, for example, from the instrumentalization of conflicts by political parties. Who is to devise such a form? Politicians, perhaps? Or businesses? Or someone else who represents an interest-based position within Stuttgart 21? Designers, or rather *dasigners*, would be the right people, but they are currently not called upon to do so, and instead are exploited by all the parties in the conflict to produce flyers.

BÜRGERLICHES DESIGN

Vieles spricht dafür, dass der Begriff Bürger in nächster Zeit wieder einen besseren Klang bekommt. Jahrzehntelang fühlten sich die Mitglieder der Gesellschaft als Menschen und Konsumenten gleichermaßen wohl wie ausgelastet, es galt nicht als erstrebenswert, ein Bürger zu sein. Inzwischen, Peter Sloterdijk hat darauf hingewiesen, macht sich der Einzelne sogar mehr Sorgen um das Allgemeine als diejenigen, die dafür eigentlich bestellt sind. Und wenn es die eigene Primärsphäre betrifft, die Nachbarschaft, das Viertel, die Stadt, dann ist die Dominanz bürgerlicher Verantwortung vor staatlicher Verantwortung mittlerweile mit Händen zu greifen. Der Bürger macht sich wieder Sorgen jenseits des eigenen Egoismus, er trägt Sorge für die Intakthaltung des sozialen und auch ökologischen Gefüges. Er erinnert sich wieder, ein Bürger zu sein, weil er darauf pochen muss, wenn er sich beschweren will. Wutbürger war das Wort des Jahres 2010. Der 93jährige französische Autor Stephane Hessel landet einen Bestseller mit seinem Buch *Empört Euch!*, das bürgerlichen Protest und bürgerliches Engagement einfordert. *Der kommende Aufstand* des *Unsichtbaren Komitees* schwärmt vom neuen *Citoyen* als Untergrundaktivist gegen Regulierung von oben. Der Bürger ist jetzt zwar nicht mehr salonfähig, aber besser: klassenlos und szenefähig, er entdeckt sich wieder als Instanz der politischen, sozialen, ökonomischen und ökologischen Themen seiner Zeit. Er will als Bürger mitgestalten und mag die Gestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeit nicht allein der Politik und den Unternehmen überlassen.

Der Bürger handelt ohne Auftrag, er beauftragt sich selbst. Das gilt auch für alle Civic Designer, die ja explizit kein Mandat haben dürfen, um ihre Unabhängigkeit zu wahren. Das ist der unternehmerische Aspekt daran. Er zwingt Designer, Investitionsrisiken einzugehen, indem sie ihre Aufgaben selber definieren und im Sinne des shared value auch selbst davon profitieren, allerdings erst später. Das ist eine gute Übung für alle Designer mit Angestelltenmentalität, die erst kreativ werden, wenn jemand ein Briefing auf den Tisch legt.

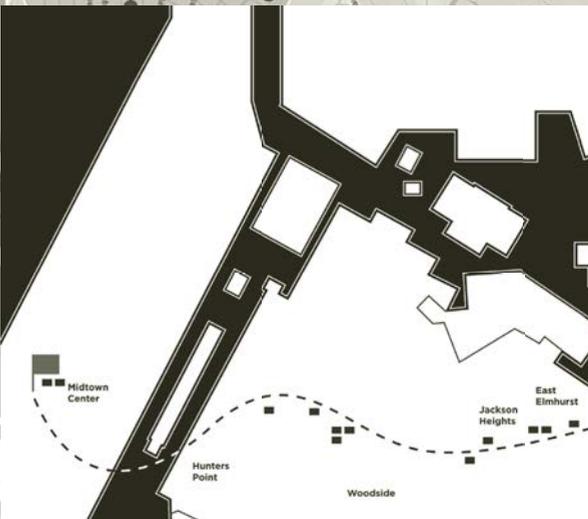
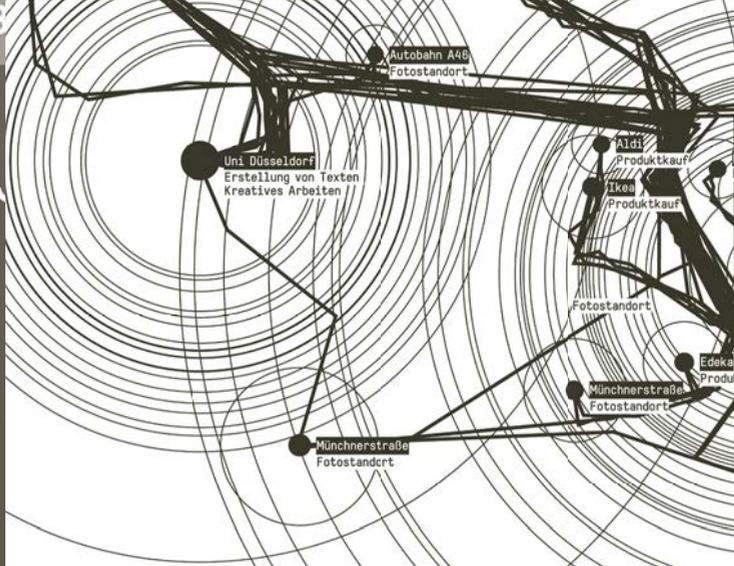
Civic Design bedeutet bürgerliches Design und städtisches Design zugleich, der Lebensraum des Bürgers fällt mit seiner politischen Identität zusammen. Civic Design wird in Städten gebraucht, selten auf dem Land, weil Komplexität von Teilhabe nur in urbanen Ballungsräumen gegeben ist. Civic Design muss die hier vorgestellten Aspekte zusammendenken und die Synthese nicht etwa methodisch herstellen, sondern mit *sense and probe*, also hermeneutischer Sorgfalt. Auf Basis des Befundes ist klar, dass ein designspezifisches Vorgehen nicht an den Schwungrädern der Globalisierung drehen kann, sondern sich an kleinen Projekten bewähren muss. Eine erste Serie von Probebohrungen und kleinen Projekten im Design stellen wir mit dieser Publikation vor.

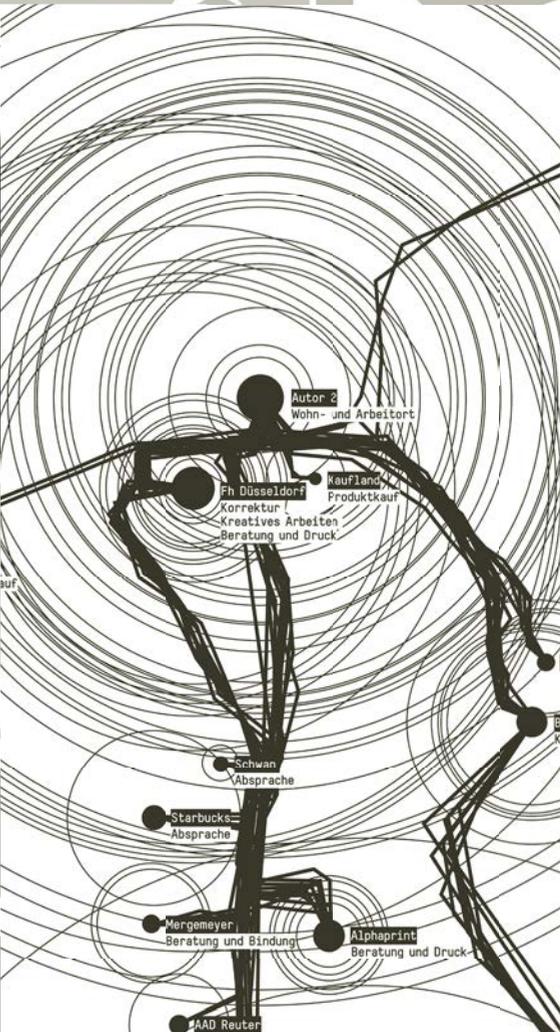
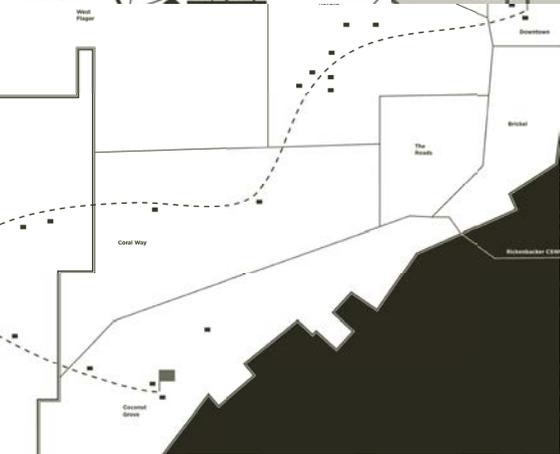
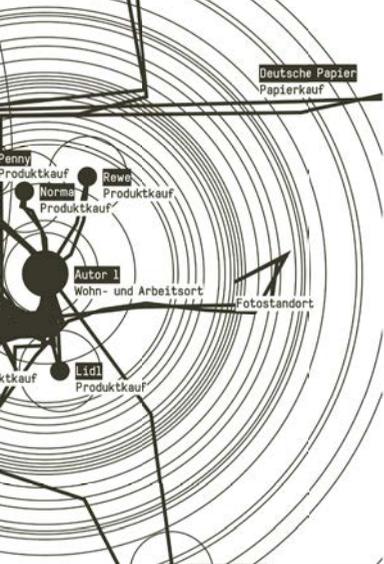
CIVIC DESIGN

There are many indications that the term “citizen” will have a better ring to it in the future. For decades, the members of society felt equally well and fully occupied as human beings and consumers, and being an active citizen was not regarded as particularly worthwhile. In the meantime though, as Peter Sloterdijk has pointed out, individuals are even more worried about public welfare than those who were elected or appointed to be so. And when the primary sphere of individuals, the neighbourhood, district or city, is concerned, the dominance of civic responsibility over governmental responsibility has become tangible. Citizens once again have cares beyond their own egoism, and are striving to keep the social and ecological fabric intact. They once again remember that they are citizens because they have to insist on their rights as such when they feel the need to complain. “Enraged citizen” was the phrase of the year in Germany in 2011. The 93 year-old French author Stéphane Hessel landed a bestseller with his book, *Time for Outrage!*, which calls for civil protest and citizens’ involvement. *The Coming Insurrection* by *The Invisible Committee* rhapsodizes about the new *citoyen* as an underground activist against regulation from above. The citizen is admittedly no longer acceptable in polite society, but is better than that. Classless and ‘in’, he is rediscovering himself as an authority on the political, social, economic and ecological topics of his time. As a citizen, he wants to take part in shaping the reality of society, and not leave it to politicians and businesses.

Citizens act without instruction; they appoint themselves. That also applies to all civic designers, who of course explicitly must not have a mandate if they are to preserve their independence. That is the entrepreneurial aspect of the job. It forces designers to take investment risks by defining their work themselves and, in the spirit of shared value, profiting from it themselves, albeit at a later date. That is a good exercise for all designers with employee mentality, who only become creative when someone puts a brief on the table.

Civic design means both design for citizens and urban design, with the citizens’ environment coinciding with their political identity. Civic design is needed in cities, and seldom in the country, because participation is only complex in conurbations. There, it is the task of civic design to muster the aspects presented here and establish a synthesis – not methodically, but by *sense and probe*, with hermeneutical care. On the basis of the findings it is clear that a design-specific procedure cannot turn the flywheels of globalization, but has to prove itself in small projects. This publication presents an initial series of exploratory drillings and small projects in design.





OTTO NEURATH UND VICTOR PAPANEK:

CIVIC DESIGN ALS DEMOKRATISCHE IDEE VON DESIGN

UND WAS WIR DARAUS FÜR DIE HEUTIGE
DESIGNAUSBILDUNG LERNEN KÖNNEN

„Neuraths Gestaltungswille, sein Design ist Politik, und das nicht nur im übertragenen Sinne. Sein unbedingtes und oft wiederholtes Credo, in dessen Rahmen auch sämtliche Überlegungen zur Reform der Kommunikationskultur gesehen werden muss, lautete: ‚Wir leben in einer Zeit bewusster Lebensgestaltung.‘“¹

OTTO NEURATH AND VICTOR PAPANEK:

CIVIC DESIGN AS A DEMOCRATIC IDEA OF DESIGN

AND WHAT WE CAN LEARN FROM IT
FOR DESIGN EDUCATION TODAY

“Neurath’s creative impulse, his design, is political, and that not only in a metaphorical sense. His unconditional and frequently repeated creed, in the context of which all considerations of reforming communications culture have to be seen, was, ‘We are living in an age in which we consciously shape our lives.’”¹

Civic Design ist kein Kind des 21. Jahrhunderts. Civic Design hat seine Wurzeln in den 1920er Jahren. Es waren die Jahre, in denen sich in ganz Europa eine künstlerisch-politische Avantgarde formierte, um den bis dahin geltenden Kunstbegriff über Bord zu werfen und Gestaltung mit politischem Anspruch zu betreiben. Gestaltung wurde als Mittel der Einmischung in gesellschaftlich-politische Zustände verstanden. Gestaltung zeigte Haltung!

DAS SYSTEM DER KRITISCH-VISUELLEN KOMMUNIKATION

Als Pioniere des Civic Designs innerhalb des Kommunikationsdesign stehen zu Beginn des 20. Jahrhunderts der Wiener Philosoph und Bildtheoretiker Otto Neurath (1882 – 1945) und der Düsseldorfer Künstler und Grafiker Gerd Arntz (1900 – 1988). Die soziale Aufklärung, das demokratische Recht des Bürgers auf Information klagte Otto Neurath in seinen Beiträgen ein und forderte hierfür die Entwicklung einer neuen Bildersprache. „Er suchte nach den Qualitäten einer Zeichensprache, die gesellschaftliche Wirklichkeit vermittelt und im pädagogischen Einsatz reflexive Prozesse in Gang setzt.“² Ihre Arbeit fand vor dem Hintergrund dramatischer sozialer und urbaner Veränderungen der 1920er Jahre statt.

Otto Neurath gründete 1924 das Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum in Wien. Für sein *Museum der Zukunft* sah er es als wichtigste Aufgabe an, den Zugang zum Wissen zu demokratisieren. In Form von Wanderausstellungen reiste das Museum zu den Besuchern. Er nahm damit den Arbeitern ihre Schwellenangst vor dem neuen Medium Ausstellung und dem kontemplativen Musentempel. „Die innovative Leistung Neuraths Bildpädagogik besteht aus drei Teilen: erstens in der Transformation von abstrakter wissenschaftlicher Erkenntnis in konkrete, sozialrelevante Aussagen, von abstrakten Zahlen in leicht fassliche Zeichen; zweitens in der Entwicklung einer spezialisierten grafischen Darstellungsmethode sowie deren Ausweitung und Systematisierung zu einer Bildersprache; drittens in der logistischen Anwendung der neuen Darstellungen für ein Konzept von *Museen der Zukunft*“.³

Der Düsseldorfer Künstler und Grafiker Gerd Arntz wurde zum visuellen Kopf im Team von Otto Neurath. Gerd Arntz besuchte nach dem Ende des Ersten Weltkriegs die Düsseldorfer Kunstakademie. Er schloss sich in Auflehnung gegen die konservative Lehrmeinung der revolutionär gestimmten Künstlergruppe *Das junge Rheinland* an. 1925 übernahm Arntz das Atelier von Otto Dix in Düsseldorf. Ein Jahr später lernte er Otto Neurath kennen. Neurath war begeistert vom Werk des jungen Grafikers. Er fragte bei ihm nach, was es ihn kostete, wenn er eine Bildsprache für ihn entwickeln würde. 1928 wurde Gerd Arntz Mitarbeiter von Otto Neurath in Wien im Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum. In Erinnerung an seine Arbeit und Aufgaben bei Neurath schrieb Gerd Arntz in seiner Publikation *Kritische Grafik und Bildstatistik*: „Die Technik des Holz- oder Linolschnitts hatte stark zur Vereinfachung der Symbole beigetragen. Die Sache war nur die, dass die Zeichner vom Naturalismus ausgehend schematisieren mussten, während ich von einer Grundform ausging, einer statistischen Figur, erst selbst ohne Arme und Beine, die ich dann später weiterentwickelt hatte, um mit ihr Handlungen und soziale Unterschiede ausdrücken zu können. Von Anfang an stand ich vor der schweren Aufgabe, ‚meinen Stil‘ durchzusetzen, auch gegenüber den Zweifeln von Otto Neurath, der mit seinem lebhaften und sprunghaften Geist noch stets Alternativen suchte, wenn für mich die Lösung (fast sozusagen von innen heraus) schon feststand. Das gilt nicht nur für die einzelnen Figuren, die Reihungen, sondern auch für die gesamte Einteilung der Tafeln wie auch für die Typografie“.⁴

Civic Design is not a child of the 21st century. Its roots reach back into the 1920s. Those were the years when an artistic and political avant-garde emerged throughout Europe, throwing the concept of art which had previously held sway overboard and pursuing design with political aspirations. Design was regarded as a means of intervention in socio-political affairs. Design stood up for its principles!

THE SYSTEM OF CRITICAL VISUAL COMMUNICATION

At the start of the 20th century, the pioneers of Civic Design as a branch of communications design were the Vienna philosopher and pictorial theorist Otto Neurath (1882 – 1945) and the Düsseldorf artist and graphic designer Gerd Arntz (1900 – 1988). Otto Neurath campaigned in articles for social enlightenment, the democratic right of citizens to information, and demanded the development of a new pictorial language to convey that information. “He was searching for the qualities of a language of symbols which communicated social reality and, when used in teaching, set processes of reflection in motion.”² Their work was performed against the background of the dramatic social and urban upheavals of the 1920s.

In 1924, Otto Neurath founded the Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum (Museum of Society and Economy) in Vienna. He regarded it as the most important function of his *museum of the future* to democratize access to knowledge. The museum itself went out to its visitors in the form of travelling exhibitions, overcoming working class fears of the exhibition as a new medium and the museum as a temple of contemplation. “The innovative achievement of Neurath’s promotion of visual literacy consists of three parts: firstly, the transformation of abstract scientific findings into concrete, socially relevant statements and abstract figures into easily graspable symbols; secondly, the development of a specialized method of graphical presentation and its expansion and systematization as a pictorial language; and thirdly, the logistical deployment of the new depictions in a concept of *museums of the future*.”³

Düsseldorf-based artist and graphic designer Gerd Arntz became the visual mind in Otto Neurath’s team. Gerd Arntz attended the Düsseldorf Academy of Art after the end of the First World War, joining the revolutionary-minded group of artists *The Young Rhineland* as a protest against conservative teaching philosophies. In 1925, Arntz took over Otto Dix’s studio in Düsseldorf, and one year later met Otto Neurath for the first time. Neurath was greatly impressed by the young graphic artist’s work, and inquired what it would cost to develop a pictorial language for him. In 1928, Gerd Arntz joined Otto Neurath’s team at the Museum of Society and Economy in Vienna. Remembering his work with Neurath, Gerd Arntz wrote in his publication *Kritische Grafik und Bildstatistik* (Critical Graphics and Pictorial Statistics), “The woodcut and linocut techniques had contributed greatly to simplifying the symbols. The only thing was that the draftsmen had to schematize on the basis of naturalistic images, while I proceeded from a basic shape, a statistical figure, even without arms and legs at first, which I had later developed to express actions and social differences. From the very start, I faced the difficult challenge of asserting ‘my style’, even against the doubts of Otto Neurath, whose vivacious and mercurial mind was always still searching for alternatives when I was sure (almost from within, so to speak) that the solution had already been found. That was the case not only with the individual figures and arrays, but also with the arrangement of the charts as a whole and the typography.”⁴

Gerd Arntz benutzte seine Grafik und sein Design zur kritischen Darstellung gesellschaftlicher Prozesse und kollektiver Interessen. Eine rein ‚ästhetische Erziehung‘ der Massen lag ihm fern. Neurath und Arntz waren Gegner des nationalsozialistischen Gewaltregimes und emigrierten in die Niederlande. In Den Haag fanden sie die Möglichkeit, ihre Arbeit fortzusetzen. Sie entwickelten das Bildzeichensystem ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education). „Das klare Kommunikationsdesign sollte also auch im verbalen Ausdruck seinen Niederschlag finden. (...) in diesem Sinne unterscheidet sich die Bildpädagogik von der persuasiven Rhetorik von Werbung und PR.“⁵ Das ISOTYPE-System beeinflusste später viele Designer und wurde zur Basis unserer heutigen Piktogrammsysteme.

1940 trennten sich in Den Haag ihre Wege. Otto Neurath flüchtete vor radikalen Antisemiten nach England. Gerd Arntz wurde zwangsweise in die Deutsche Wehrmacht eingezogen. Seine gesellschaftskritischen Arbeiten und einen Großteil seiner Bibliothek verbrannte er vor den Nationalsozialisten. Nach Verwundung und Kriegsgefangenschaft kehrte er 1947 in die Niederlande zurück. In den folgenden Jahren entwickelte er sein Werk der kritischen Grafik und Bildstatistik *Applied Bildung* weiter.

Erst vor wenigen Jahren wurde die Arbeit dieser beiden Civic Design Pioniere wiederentdeckt, erforscht und in mehreren Publikationen und Ausstellungen gewürdigt. Komplexes zu vereinfachen und wichtige Alltagsfragen zu benennen und verständlich für Bürgerinnen und Bürger darzustellen, war ein Meilenstein in der Entwicklung des modernen Kommunikationsdesigns. Otto Neurath zeigte auch, dass neueste Technologien sinnvoll in die Arbeit integriert werden können. Ein Beispiel hierfür ist die Animation seiner bis dato statischen Bildsprache, die er zusammen mit dem britischen Regisseur und Filmproduzenten Paul Rotha verwirklichte. Themen wie das Gesundheitswesen, die Müllverwertung oder die wirtschaftliche und soziale Planung des Landes übersetzte er verständlich und neuartig in bewegte Bilder und trug damit zur Aufklärung und Bildung der Bevölkerung bei. Mit seinen ‚Aufklärungsfilmen‘ war Otto Neurath auch ökonomisch erfolgreich.

„damals in ulm mußten wir zurück zu den sachen, zu den dingen, zu den produkten, zur straße, zum alltag, zu den menschen. wir mußten umkehren. es ging nicht etwa um eine ausweitung der kunst in die alltäglichkeit, in die anwendung. es ging um eine gegenkunst, um zivilisationsarbeit, um zivilisationskultur.“⁶

Nach 1945 knüpften die Gründer der HfG Ulm an die Pioniere der 1920er Jahre an. Mehr noch, sie schrieben sich auf die Fahnen, an der Gestaltung einer neuen Gesellschaft mitzuwirken. Gestaltung als „Zivilisationsarbeit“, nannte es Otl Aicher Ende der 1980er Jahre im Rückblick auf die Anfänge der HfG Ulm. Doch Wirtschaftswunder und Marketingstrategen suchten keine Haltung im Design, sondern ökonomischen Profit. Design wurde vorrangig zum Wirtschaftsfaktor, nach dem Motto: Gut Gestaltetes verkauft sich besser.

Dagegen stand die radikale Position von Victor Papanek: „Alle Menschen sind Designer. Fast alles, womit wir uns beschäftigen, ist Design, Planung, Entwurf, denn Design ist die Grundlage jeder menschlichen Tätigkeit.“⁷

Gerd Arntz used his graphics and his design for a critical representation of social processes and collective interests. Pure 'aesthetic education' of the masses was alien to him. Neurath and Arntz were opponents of the violent Nazi regime and emigrated to the Netherlands. In The Hague, they found an opportunity to continue their work. They developed the ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education) pictogram system. "The clear communications design was therefore also to be reflected in the verbal expression. (...) in this sense, visual education differs from the persuasive rhetoric of advertising and PR."⁵ The ISOTYPE system later influenced many designers and became the basis of our present-day pictogram systems.

They parted company in The Hague in 1940, with Otto Neurath fleeing from radical anti-Semitism to England, and Gerd Arntz being conscripted into the German army. Arntz burned his socially critical works and most of his library before they could fall into the hands of the Nazis. Wounded during the war and imprisoned by the Allies, he returned to the Netherlands in 1947. In the following years, he continued his work on critical graphics and pictorial statistics in *Applied Bildung* (Applied Education).

Only in recent years was the work of these two pioneers of Civic Design rediscovered, researched and acknowledged in several publications and exhibitions. Simplifying the complex, identifying important everyday issues and presenting them in a comprehensible manner to the general public, this work was a milestone in the development of modern communications design. Otto Neurath also showed that the latest technologies could be usefully incorporated in the work, as illustrated by the animation of his previously static pictorial language which he developed together with British film director and producer Paul Rotha. With this medium, he comprehensibly and innovatively translated topics such as the health service, recycling and national economic and social planning into moving pictures, contributing to popular education and culture. Otto Neurath's educational films were also a commercial success.

"At Ulm in those days, we had to get back to things, to objects, to products, to the street, to everyday life and to people. We had to make a u-turn. It wasn't a question of expanding art into everyday occurrences and applications. It was a matter of counter-art, of work on the process and culture of civilization."⁶

After 1945, the founders of the Ulm School of Design took up where the pioneers of the 1920s had left off. And even more, they took up the cause of shaping a new society. Looking back at the beginnings of the Ulm School, Otl Aicher referred to it in the late 1980s as "work on civilization". However, Germany's economic miracle and its marketing strategists were not looking for principles in design, but for profit. Design predominantly became an economic factor, following the maxim that well designed products sell better.

Victor Papanek's radical position was a stark contrast: "All men are designers. All that we do, almost all the time, is design, for design is basic to all human activity."⁷

MISSIONAR UND LÄSTERMAUL

Der gebürtige Wiener Victor Papanek (1923 – 1998) war Designer, Architekt, Pädagoge, Sammler, Autor und Theoretiker. Zu Beginn der 1960er Jahre erkannte er bereits die Bedeutung der sozialen und ökologischen Verantwortung im Design. Dabei ging es ihm in erster Linie um eine kritische Reflexion des Produkt- und Industrialdesigns, also um eine verantwortungsbewusste Designpraxis der Objekte. Mit seinen kultur- und konsumkritischen Einwänden traf er den Nerv der 1970er und 1980er Jahre und den entstehenden ‚New Social (Civic) Movements‘. In seinem Buch *Das Papanek-Konzept*, das einem Manifest gleichkommt, schreibt er: „In diesem Zeitalter der Massenproduktion ist das industrial design zum wichtigsten Instrument geworden, mit dem der Mensch seine Werkzeuge und seine Umgebung, und dadurch mittelbar auch die Gesellschaft und sich selbst prägt. Dies verlangt ein hohes Maß an sozialem und moralischem Verantwortungsgefühl (...)“⁸

Design, so Papanek, muss den Weg der reinen marktwirtschaftlichen Orientierung verlassen. „Design muss ein neuartiges, schöpferisches, alle Wissenschaften umfassendes Werkzeug werden, das den wahren Bedürfnissen des Menschen gerecht wird. Wir dürfen die Erde nicht weiterhin mit schlecht entworfenen Gegenständen und Strukturen verunzieren.“⁹

Papanek studierte Design und Architektur an der Cooper Union in New York unter anderem bei Frank Lloyd Wright. Nach seinem Bachelor-Abschluss 1950 begann er ein postgraduales Designstudium am Massachusetts Institute of Technology (MIT). Unter dem Namen *Design Clinic* betrieb er parallel zum Studium ein eigenes Designstudio in New York City. Ein anderer wichtiger Architekt und von ihm geschätzter Kollege, Richard Buckminster Fuller, wurde sein Freund und schrieb das Vorwort zu seinem berühmt gewordenen Buch.

Victor Papanek war Dekan der School of Design, California Institute of Arts, lehrte an der renommierten Rhode Island School of Design und leitete die Designabteilung der Purdue University. Als Professor für Architektur und Urban Design an der Universität von Kansas legte Papanek sein Hauptaugenmerk auf eine kritische Lehre und Forschung. Ein Forschungsschwerpunkt galt dem ‚Civic Design‘ mit seinen besonderen Aufgaben in Entwicklungsländern, im Gesundheitswesen und bei Projekten mit ‚indigenen Communities‘. Papanek reiste mit geradezu missionarischem Eifer durch die Welt und hielt Vorträge rund um die Themen und Thesen seines Buches *Das Papanek-Konzept* (engl. Design for the Real World).

„In einer vielfältig belasteten Umwelt erweisen Architekten, Designer, Planfertiger usw. der Menschheit den besten Dienst, wenn sie ihre Arbeit völlig einstellen würden. Bei jeder Umweltverschmutzung sind die Designer mindestens partiell beteiligt. Aber ich vertrete hier einen positiveren Standpunkt: Wir können sehr wohl etwas tun. Design kann und muss für junge Leute ein gangbarer Weg zur Veränderung der Gesellschaft werden.“¹⁰

Papanek fragte nach Designern, die sich nicht nur profitorientierter Aufgaben annehmen, sondern sich sozial konstruktiven Aufgaben stellen. Ihn interessierte die Fragestellung, warum die meisten Produkte dem Benutzer keinen Spaß bereiten. Schon damals stellte er die Bedeutung des Teilens, des Teilhabens und der Partizipation des Bürgers heraus: „Do you really have to buy it, or can you borrow, rent, or lease it, buy it and share it with someone else or with others.“¹¹

MISSIONARY AND RABBLE-ROUSER

Vienna-born Victor Papanek (1923 – 1998) was a designer, architect, educationalist, collector, author and theorist. In the early 1960s he had already recognized the importance of social and ecological responsibility in design. First and foremost, he was concerned with a critical appraisal of product and industrial design, aiming at responsible practices in the design of objects. His dissenting stance, critical of the consumption culture of the time, caught the pulse of the 1970s and 1980s with the emerging 'New Social (Civic) Movements'. In his book, *Design for the Real World*, which has the character of a manifesto, he writes: "In this age of mass production when everything must be planned and designed, design has become the most powerful tool with which man shapes his tools and environments (and, by extension, society and himself). This demands high social and moral responsibility from the designer."⁸

Design, according to Papanek, has to move away from its pure market-based orientation. "Design must become an innovative, highly creative, cross-disciplinary tool responsive to the true needs of men. (...) we must stop defiling the earth itself with poorly-designed objects and structures."⁹

Papanek studied design and architecture at Cooper Union in New York, wand with Frank Lloyd Wright. After taking his bachelor's degree in 1950, he embarked on post-graduate studies of design at the Massachusetts Institute of Technology (MIT), running his own design studio under the name *Design Clinic* in New York City at the same time. Another important architect and a colleague he admired, Richard Buckminster Fuller, became his friend and wrote the foreword to his now-famous book.

Victor Papanek was Dean of the School of Design at the California Institute of the Arts, taught at the prestigious Rhode Island School of Design and was head of the Design Department at Purdue University. As Professor for Architecture and Urban Design at the University of Kansas, Papanek mainly concentrated on critical theory and research. One of the focal areas of his research was 'Civic Design', with its special challenges in developing countries, in the health service and in projects with indigenous communities. Papanek travelled the world with almost missionary zeal, delivering lectures on the topics discussed and theses propounded in his book *Design for the Real World*.

"In an environment that is screwed up visually, physically, and chemically, the best and simplest thing that architects, industrial designers, planners, etc., could do for humanity would be to stop working entirely. In all pollution, designers are implicated at least partially. But in this book I take a more affirmative view: It seems to me that we can go beyond not working at all, and work positively. Design can and must become a way in which young people can participate in changing society."¹⁰

Papanek saw a need for designers who not only take on commissions for profit, but also address social issues constructively. He was interested in the question of why most products fail to be fun for their users. He was one of the first to emphasize the importance of sharing and citizens' participation: "Do you really have to buy it, or can you borrow, rent, or lease it, buy it and share it with someone else or with others?"¹¹

Victor Papanek arbeitete als Designer und Berater für die UNESCO, die WHO, für Regierungen auf der ganzen Welt, aber auch für große Unternehmen wie zum Beispiel Volvo. Er wurde durch sein kritisches Hinterfragen der Designdisziplin sowohl als das ‚Gewissen‘ der Designer gefeiert und geehrt, aber auch als ‚Nestbeschmutzer und Jobvernichter‘ kritisiert und angeprangert. Einige Designkollegen drohten z.B. dem Centre Pompidou mit dem Boykott einer Ausstellung, falls Papaneks Arbeiten und Ideen dort präsentiert würden. Der IDSA, der amerikanische Verband der Industriedesigner, schloss ihn als Mitglied aus.

Auf der anderen Seite stehen weltweite Anerkennungen von Universitäten und Institutionen für seine Arbeiten und Ideen. Zwischen 1982 und 1984 wird er mehrfach für den alternativen Nobelpreis nominiert. Sein Buch *Design for the Real World* wurde in 20 Sprachen übersetzt und gilt als eines der am weitest verbreiteten Designbücher. Projekte wie *Design for the Other 90%* des New Yorker Cooper-Hewitt National Design Museums zeigen, wie aktuell seine Ideen und Gedanken auch heute noch sind. Das Lernen von anderen Kulturen und Ländern war Victor Papanek immer ein ganz besonderes Anliegen. Er kritisierte, dass sich die Design-Community nur um sich selbst dreht, dass sich Designer nur um ihre eigene Selbsterhaltung kümmern und den Bezug zum gesellschaftlichen Leben, zum Bürger verloren haben. Papanek plädierte für eine Beteiligung der Nutzer an Gestaltungsprozessen, wenn er sagte „design it yourself“ oder „design it together“.

International gewinnen soziale und ökologische Aspekte in der Designpraxis, aber auch in der Designausbildung, immer mehr an Bedeutung. Der Designer als Mediator zwischen den Disziplinen und dem Bürger schwebte Papanek vor Augen, wenn er von einer neuen Sinnggebung im Design spricht. Gleiches forderte er auch von der Designausbildung. Sie konzentrierte sich für ihn zu sehr auf ästhetische Fragestellungen und zu wenig auf gesellschaftliche Aufgaben. Design nicht als eine Frage des guten Geschmacks, der reinen Formenlehre, sondern als eine demokratische und nachhaltige Idee von Gestaltung mit Haltung. Seine Kritik an der Designausbildung begründete er auch mit einer fehlenden Designtheorie.

Victor Papanek starb 1998 in Kansas. Sein Nachlass wird heute an der Universität für angewandte Kunst Wien betreut und wissenschaftlich aufbereitet. Im November 2011 wurde dort die *Victor J. Papanek Foundation* gegründet. Ein erstes Symposium und ein Designwettbewerb im Sinne Papaneks sind erste Ergebnisse einer aktuellen Auseinandersetzung mit ihm. *Die Angewandte*, wie sich die Universität für angewandte Kunst Wien kurz und bündig nennt, hat hierzu auch ein Forschungsinstitut mit dem neuartigen Masterstudiengang *Social Design* entwickelt, der neue Fragestellungen des Civic Design erforschen soll. Das *Wiener Institut für Social Design und angewandte Urbanismusforschung* soll eine „interdisziplinär ausgerichtete, problemorientierte Ausbildung als Masterstudium anbieten.“¹² Ein selbst formuliertes Ziel dieses Masterstudiengangs ist die Kooperation und Zusammenarbeit von Hochschule und Politik. Forschungsfragen und Projekte sollen hier zukünftig auch von der Politik und den Kommunen eingebracht werden und nicht nur, wie bisher, von Unternehmen. So leben Victor Papaneks Visionen weiter und neu auf.

IST DESIGNAUSBILDUNG SCHON DAS, WAS SIE SEIN KÖNNTE?

„ist das auto schon das, was es sein könnte?“¹³ fragte Otl Aicher in seinem Buch *kritik am auto. schwierige verteidigung des autos gegen seine anbeter*. Wir stellen die Frage nach einer Designausbildung heute als schwierige Verteidigung der Designausbildung gegen festgefahrene Strukturen.

Victor Papanek worked as a designer and consultant for UNESCO, the WHO, for governments across the globe, but also for large companies such as Volvo. He was honoured and celebrated for his critical questioning of the discipline of design, but also criticized and pilloried for allegedly fouling his own nest and destroying jobs. A number of designer colleagues, for example, threatened to boycott an exhibition at the Centre Pompidou if Papanek's work and ideas were included. IDSA, the Industrial Designers Society of America, stripped him of his membership.

On the other hand he received worldwide recognition from universities and institutions for his work and ideas. He was nominated several times for the Alternative Nobel Prize between 1982 and 1984. His book, *Design for the Real World* has been translated into over 20 languages, and ranks as one of the most widely read books on design. Projects like *Design for the Other 90%* by the Cooper-Hewitt National Design Museum in New York show how contemporary his thoughts and ideas still are. Learning from other cultures and countries was always one of Victor Papanek's paramount concerns. He criticized the design community for merely revolving around itself, with designers preoccupied with their own self-preservation and losing touch with civic life and citizens. By saying, "design it yourself", or "design it together", Papanek was making a plea for user involvement in the processes of design.

Internationally, social and ecological aspects are constantly gaining in importance, not only in the practice of design, but also in design education. Papanek had the designer as a mediator between the disciplines and the public in his mind's eye when he spoke of restoring meaning to design. And he demanded the same thing from design education. In his view, it concentrated too much on aesthetic matters and too little on social tasks. Design, not as a question of good taste or pure morphology, but as a democratic and sustainable idea of design with principles. He also supported his criticism of design education by pointing to the lack of a theory of design.

Victor Papanek died in Kansas in 1998. His papers are now being managed and edited at the University of Applied Arts in Vienna, where the *Victor J. Papanek Foundation* was founded in November 2011. An initial symposium and a design competition in Papanek's spirit are the first results of the attention now being paid to him. *Die Angewandte* (The Applied), as the University of Applied Arts in Vienna terms itself, has also established a research institute offering an innovative master's course in *Social Design* and researching into new issues of Civic Design. The *Vienna Institute of Social Design and Applied Urbanism Research* is to "offer a problem-oriented, multidisciplinary course of studies leading to a master's degree".¹² One of the stated aims of this master's course is cooperation between the university and politicians. Research topics and projects are to be contributed there in future by national and local government, and not only, as in the past, by businesses. In this way, Victor Papanek's visions are rejuvenated and live on.

IS DESIGN EDUCATION ALREADY ALL IT COULD BE?

"Is the car already all it could be?"¹³ asked Otl Aicher in his book *kritik am auto. schwierige verteidigung des autos gegen seine anbeten* (Criticism of the motor car. Difficult defence of the car against its worshippers). We are asking the question of design education today as a difficult defence of design education against dead-locked structures.

Das Berufsbild des Designers lässt sich 2012 nicht mehr klar definieren. Das Berufsbild des Designers lässt sich heute besser mit einem Verhalten beschreiben: verantwortungsbewusst, problemorientiert und wirkungsvoll handeln. Die Designausbildung muss ihr fächerspezifisches Curriculum verlassen und zu einer aufgabenspezifischen Ausbildung finden. Spezialisierung führt zu eingeschränktem Denken und Handeln, eine Fähigkeit, die einem heutigen Designer zur Sackgasse wird. Denn der Spezialist von heute, ist der Dilettant von morgen.

Zur gestalterischen Qualifikation und Urteilskraft tritt heute eine wissenschaftliche Bildung, die das Nachdenken, das Umdenken und das Vorausdenken fordert und fördert. Und das ganz im Sinne Ernst Blochs: „Denken heißt überschreiten“.

LITERATUR / REFERENCES

- (1) Frank Hartmann: Bildersprache. In: Frank Hartmann und Erwin K. Bauer, Bildersprache. Otto Neurath Visualisierungen. WUV Universitätsverlag, Wien 2002, Seite 44
- (2) Ebenda, Seite 40
- (3) Ebenda, Seite 50
- (4) Gerd Arntz: Kritische Grafik und Bildstatistik. Haags Gemeentemuseum, 1976, Seite 51
- (5) Frank Hartmann: Bildersprache. Seite 83
- (6) Otl Aicher: Bauhaus und Ulm. In: Hochschule für Gestaltung Ulm. Die Moral der Gegenstände. Herbert Lindinger (Hg.), Ernst & Sohn Berlin 1987, Seite 125
- (7) Victor Papanek: Das Papanek-Konzept. Design für eine Umwelt des Überlebens. Nymphenberger Verlagshandlung, München 1972, Seite 17
- (8) Ebenda, Seite 9
- (9) Ebenda, Seite 10
- (10) Ebenda, Seite 13
- (11) Sara Bedrosian: Interview with Victor Papanek. Erschienen in „Art Papers“ Januar/Februar 1988.
- (12) Magazin der Universität für angewandte Kunst Wien, Ausgabe 02/2009, Thema: Social Design, Seite 3
- (13) otl aicher: kritik am auto. schwierige verteidigung des autos gegen seine anbeten. Callwey Verlag München, 1984, Seite 9

Now, in 2012, the designer's job profile can no longer be clearly defined. The profession can be better described in terms of behaviour: acting responsibly, in a problem-oriented and effective manner. Design education will have to abandon its curriculum organized by subjects, and adopt a task-based system. Specialization leads to restriction of thought and action – a blind alley for today's designers. For today's specialist is tomorrow's dilettante.

Design qualifications and sound judgement are now accompanied by an academic education which demands and promotes thinking, rethinking and thinking ahead. And that fully in the spirit of Ernst Bloch: "Thinking means crossing the line."





CIVIC DESIGN: NÉCESSAIRE PLÉONASME

Le rapprochement des termes «civique» et «design» suggère la possibilité d'un design qui ne serait pas civique, voir d'un design qui pourrait même être incivique, bref d'un design plus ou moins civique ou d'un design qui ne garantirait pas encore la dimension civique. Cet ajout d'un qualificatif remet donc profondément en question l'approche positiviste qui règne encore sur cette discipline. «Le design est à priori civique puisque design» affirmeront les adeptes de cette position. Ils fondent la discipline au début du siècle passé autour de la volonté d'apporter de la modernité donc du bien être à la population. Face à la réalité de la production actuelle du design cette position devient cependant de plus en plus difficilement tenable. Pourtant persiste ce fossé entre d'une part une sorte d'idéal théorique hérité des modernes, souvent enseigné dans les écoles et revendiqué par les designers eux mêmes et d'autre part le rôle finalement assez médiocre confié dans la société du spectacle et de la consommation du superflus à un design totalement soumis au marketing.

Lors d'un séminaire qui essayait de mettre en avant les relations entre design et démocratie¹ fut constaté l'étrange similitude de l'usage de ces deux termes. Chacun c'est progressivement transformé en une sorte de valeur absolue presque religieuse. Les expressions «c'est une démocratie» ou «c'est du design» servent en quelque sorte de paravent et empêchent la critique même constructive au sein de l'entité. On participe d'une œuvre commune qu'il s'agit de protéger et surtout de ne pas de questionner. Toute mise en doute relève de l'agression. Les expressions contraires «ce n'est pas une démocratie» ou «ce n'est pas du design» expriment encore mieux cette limite entre ce qui se trouve hors possible jugement et donc fondamentalement positif et d'autre part ce qui à priori est mauvais, ridicule, hors propos. Dans cette cathédrale la formule «c'est du design» sert donc de béatification. Celle de «ce n'est pas du design» relève de ce rejet du monde «paiens», de ce monde des «sauvages» que l'on peut au mieux aider en les sortant de l'ignorance, au pire combattre et anéantir. Bien entendu les critères de sélection qui permettent de participer à ce statut

CIVIC DESIGN: NECESSARY PLEONASM

The juxtaposition of the terms “civic” and “design” suggests the possibility of a design which is not civic, indeed even of a design which could be non-civic, or more or less civic, or one in which the civic dimension is not yet inherent. This addition of a qualifier therefore profoundly calls into question the positivist approach which still reigns over the discipline. “Design is a priori civic, because it is design”, the proponents of that position will affirm. They founded the discipline at the start of the past century out of a desire to bring modernity and even wellbeing to the population. Faced by the reality of current design production, however, that position is becoming more and more difficult to hold. Nevertheless, the gap persists between, on the one hand, a kind of theoretical ideal inherited from the modernists, frequently taught at schools and claimed as their own by the designers themselves, and on the other hand what is in the final analysis the rather mediocre role assigned by a society of show and spurious consumption to a design which is totally subordinate to marketing.

At a seminar aiming to highlight the relationships between design and democracy¹, the strange similarity between the ways in which these two terms are used became apparent. Each of them has been transformed into a kind of absolute, almost religious, value. The expressions, “That’s democracy”, or “That’s design” function in some way as a shield, preventing criticism, however constructive, of the subject. One is taking part in a joint effort which has to be protected and above all not called into question. Any doubt cast gives rise to aggression. The opposite expressions, “That’s not democracy” or “That’s not design” are even more apt to express the limit separating, on the one hand, what is totally beyond judgement and nevertheless fundamentally positive, and on the other hand what is a priori bad, ridiculous and out of place. In this cathedral, the phrase, “That’s design”, then functions as a beatification. The phrase, “That’s not design”, conjures up rejection of a “pagan” world, a world of “savages” who could at best be helped by curing their ignorance and at worst be combated and annihilated. Of course, the selection criteria which permit adoption of this privileged status are defined by the same ones which exclude, judge and condemn. These refuges from

privilegié, se voient définis par les mêmes qui excluent, jugent et proclament. Ces abris à critiques, ont d'ailleurs depuis longtemps été repérés par ceux qui agissent sans vergogne. Ceux par exemple qui ont compris qu'une élection plus ou moins truquée de temps en temps permettait d'entrer dans la catégorie des intouchables ou qu'un peu de design pouvait faire accepter le marketing le plus contraire aux intérêts du citoyen. Mais au delà de ces phénomènes de récupération, on constate surtout que l'usage de ces termes comme valeur fondamentalement positive empêche le nécessaire pluriel. Toute la force de ce champ complexe de création réside pourtant dans l'impossibilité de sa réduction en un singulier cohérent. Vouloir le définir, c'est déjà le réduire, c'est castré une potentielle évolution, une émulation parallèle, de nouveaux champs d'intervention. En ce sens, vive le «hair-design», le «cooking-design» et toutes autres formes de design. Ils ne sont pas pire que les «marketing-design», «trent-design» et autres «game-design» qui règnent aujourd'hui sur une partie importante de la discipline ignorant totalement les intérêts citoyens. Cet ensemble n'est finalement rien d'autre que l'expression de notre société, notre écriture cérémonielle, celle des pouvoirs ayant le droit de s'exprimer visuellement. Manière peut être de désacraliser le design et de le replacer comme l'une des expressions permanente de la longue histoire des civilisations. Dans ce contexte, pour revenir à notre sujet, par l'introduction de cet adjectif «civique», s'ouvre donc la possibilité d'un débat qualitatif au sein même de l'entité auto-protégée. Il pourrait d'ailleurs tout autant venir orner le terme démocratie pour désigner celles qui contrairement à bien d'autres cherchent à respecter le citoyen; le considère encore comme «libre et responsable»; respecte pleinement ses opinions sans vouloir les manipuler; informe plutôt que de développer des stratégies de communication; valorise et cultive l'espace commun plutôt que de le considérer comme purement fonctionnel et surtout qui considèrent qu'un contrat mutuel doit exister entre lui et les instances chargés de gérer ce bien commun. Se profile dans ce descriptif le rôle qui pourrait être assigné au «design civique».

Mais il nous faut, avant de poursuivre, s'entendre sur le sens à donner à ce terme. L'adjectif «civique» se voit utilisé de manière fort diverses selon les langues et les pays. Aux Etats Unis il désigne souvent ce qui relève de l'institution publique. La définition latine est, bien entendu, plus large. D'une racine commune, «civitas» désigne d'abord tout ce qui concerne la cité (civitas) et le citoyen (civis) mais désigne aussi un certain type de rapport, adoucis et anoblis, entre les hommes («la buona creanza»). Aristote distingue dans le livre 1 des «Politiques» la communauté caractérisée par une relation d'autorité inégale où le chef de famille ou de village commande à ceux qui par nature sont destinés à lui obéir, - de celles où l'autorité s'exerce sur des hommes libres et égaux qui sous des formes diverses participent aux affaires publiques. » Aristote entant ici la cité grecque qui était parvenue à s'extraire de l'autoritarisme des régimes despotiques et des empires. Terme d'ailleurs repris par Negri pour désigner notre société contemporaine en l'opposant à nouveau à cette société civile actuellement démunie de pouvoir de décision. Mais ce lien logique dans la société grecque de ces cités s'étant élevé à la civilité devient moins claire dans la société latine et surtout chrétienne » Civis, civilis et civitas acquière ainsi une dimension universaliste qui est liée à la capacité de Rome et du droit romain à diffuser très largement la citoyenneté d'une manière qui restait inconnu dans la Grèce classique des cité-Etats². La distinction latine entre «civitas» (qualité de citoyen, sociabilité, courtoisie) et «civitas» (condition et droit du citoyen, ensemble de citoyens d'une cité) se retrouve dans la plupart des langues latines entre d'une part la civilité et d'autre part le civisme. En allemand ce dernier terme n'existe pas vraiment. Comme est curieux la traduction du terme citoyen par Bürger (bourgeois). L'explication de cette absence apportée par le sociologue Franz Schultheiss lors d'un des

criticism have, by the way, long been spied out by those who act without shame. Those, for example, who have realized that a more or less manipulated election from time to time makes them unassailable, or that a smidgion of design can make marketing acceptable even if it is absolutely contrary to people's interests. But beyond these recycling phenomena, it is above all clear that the usage of these terms as fundamentally positive values prevents the necessary plural. All the power of this complex field of creation, however, resides in the impossibility of reducing it to a coherent singular. Any attempt to define it is already to diminish it; it is to castrate a potential evolution, a parallel emulation and new fields of intervention. In this spirit, long live "hair design", "cooking design" and all other forms of design. They are no worse than "marketing design", "trend design" and "game design" which nowadays hold sway over an important part of the discipline, totally ignoring civic interests. This group is finally nothing other than the expression of our society, our ceremonial handwriting, the expression of powers which have the right to express themselves visually. Perhaps a way of desacralizing design and replacing it as the one permanent expression of the long history of civilizations. In this context, to return to our subject, the addition of that adjective "civic" then opens up the opportunity for a qualitative debate at the very core of the self-protected entity. It could furthermore just as well come to adorn the term "democracy" to denote those who, unlike many others, seek to respect the citizens, who still regard them as "free and responsible"; who fully respect their opinions without wishing to manipulate them, who inform rather than develop communication strategies, who enhance and cultivate public spaces rather than considering them purely functional, and above all who consider that there must be a mutual contract between the citizens and the authorities charged with managing the common good. This description begins to reveal an outline of the role which could be assigned to "civic design".

But before proceeding, we have to agree on what this term means. The adjective "civic" is used in very different ways in different languages. In the United States, it often refers to matters concerning public institutions. The Latin definition is however much broader. From a common root, "civilitas" first designates everything concerning the city ("civitas") and the citizen ("civis"), but also denotes a certain type of kind and noble rapport between men ("la buona creanza"). In Book 1 of the "Politics", Aristotle distinguishes between the community characterized by unequal authority, in which the head of a family or village commands those who are destined by nature to obey, and that in which authority is exercised by free and equal men who take part in public affairs in various ways. There, Aristotle is referring to the Greek "polis", which had succeeded in shaking off the authoritarianism of despotic regimes and empires. The term was also taken up by Negri to denote our contemporary society, comparing it anew with that civic society robbed of its power of decision. But that logical link in Greek society between the city and, in the elevated sense, civility, becomes less clear in Latin, and above all Christian, society. *Civis, civilis* and *civitas* then acquire a universal dimension linked to the capacity of Rome and Roman law to spread citizenship very broadly in a way unknown to the classical Greece of city-states². The Latin distinction between "civilitas" (the behaviour of ordinary persons, sociability and courteousness) and "civitas" (the status and rights of a citizen, the totality of citizens in a city) is retained in most Romance languages, and in English, as that between civility and civics. The latter term does not really exist in German, where "citizen" translates as "Bürger", a bourgeois. The explanation of that lack advanced by sociologist Franz Schultheiss at one of the Civic City seminars³ is worthy of further attention. As we know, the Latin term was reintroduced in France with the revolution of 1789 and the republic which succeeded it. It clearly expressed that republican contract which joined the citizens with their representatives organized in the form of

séminaires de Civic city³ mérite que l'on s'y attarde. Comme on le sait le terme latin fut réintroduit en France lors de la révolution de 1789 et de la République qui lui succéda. Il exprimait clairement ce contrat républicain qui devait relier le citoyen à ces représentants organisés sous la forme d'un Etat. À l'époque était citoyen celui qui acceptait ce contrat républicain quel que soit son pays d'origine. Un siècle plus tard, au moment où les pays de langues allemandes se confrontent aux notions républicaines, les forces conservatrices avaient déjà remplacés ce concept de «civisme» en mettant en avant celui plus territorial de la «Nation» voir même de la «Patrie». Ils rejoignaient ainsi les positions royalistes et répondaient simultanément aux intérêts coloniaux: Le citoyen, comme auparavant le vassal se voit rattaché de gré comme de force à son pays d'origine ou de naissance. Le civisme n'est plus voulu, mais contraint, hérité, enseigné, souvent imposé de manière unilatéral. C'est pourtant bien l'usage de ce terme dans sa définition pré-patriotique qui paraît aujourd'hui la plus appropriée à la réalité et aux besoins de nos sociétés contemporaines. Cette notion de contrat négocié sur la base d'une situation déterminée entre les citoyens présents, leurs représentants et les pouvoirs responsables de ce contexte particulier permet de dépasser à la fois la question dépassée de l'appartenance nationale mais également celle du seul rapport au pouvoir public.

En effet malgré les résurgences nationalistes, malgré le rôle octroyé après le 11 septembre 2001 aux Etats-Nations pour combattre le terrorisme, bien des signaux expriment aujourd'hui le dépassement de cette époque basée sur la seule répartition de la planète en Nations. Démunis d'une part de plus en plus importante de leurs rôles sociaux, interdépendants économiquement, ces Etats agissent aujourd'hui principalement dans les domaines sécuritaires, sur le contrôle des déplacements, le relevé des impôts et la gestion de l'ordre public au sein des territoires respectifs. Les principales mesures semblent se prendre dans ces rencontres guères démocratiques des pays riches: les G7, G9 ou G20 ou dans des organisations internationales où certains pays vainqueurs de la dernière guerre mondiale gardent un droit de veto peu justifié par rapport à la réalité actuelle. D'autre part on voit bien qu'une majorité de la population mondiale aujourd'hui concentrée dans les grandes mégalopoles ne se voit guères représentée dans ces réunions transnationales basées sur les Nations. Il est également difficile d'évoquer le civisme lorsque l'on compare les inhumaines mesures qui restreignent la libre circulation des humains à celle des marchandises, des capitaux et des informations. Gérée principalement par des pouvoirs privés elle échappe de plus en plus aux Etats au point que ces grands groupes arrivent à faire pression sur eux, n'hésite pas à les placer en faillite ou encore plus affligeant à leurs attribuer des notes selon leur politique économique. Notre quotidien de crise montre à quel point l'incivisme et même l'incivilité règne dans ces cercles de spéculateurs. Parallèlement une sorte de guerre économique mondiale dont la seule logique est celle du gain et de la soumission du consommateur à des marchés planétaires semble largement dominer ses mêmes pouvoirs politiques. Non seulement ce monde économique passe outre tout avis citoyen, mais il détruit l'accord civique entre le citoyen et son Etat. Au delà il détruit même ce que l'on pourrait intituler le civisme industriel, celui basé sur une implantation locale, une responsabilité sociale, écologique et culturelle qu'il ne s'agit pas d'idéaliser mais qui indéniablement souffre de l'incivisme du monde hyper-libéral actuel. Bien des entreprises, il faut le dire, essaient malgré ce contexte difficile à maintenir une politique respectueuse, d'autres communiquent sur cette attitude sans vraiment l'appliquer, de nombreuses autres ne remplissent tout simplement pas leur contrat civique. Mais parallèlement à cet incivisme du secteur privé on ne peut que constater celui des Etats-Nations. La manière par exemple dont la proposition de référendum grecque fut arrêtée par une sorte de putsch européen, la manière

a state. At that time, anyone who accepted that republican contract was a citizen, irrespective of his or her country of origin. A century later, when the German-speaking countries were confronted with republican ideas, the conservative forces had already replaced this concept of public-spiritedness with the more territorially oriented concept of the “nation”, and even the “fatherland”. In this way, they carried on old royalist positions and at the same time responded to colonial interests: The citizen, like the vassal in previous times, was arbitrarily and forcibly bound to his country of origin or birth. Civism was no longer voluntary, but coerced, inherited, taught and often unilaterally imposed. It is, however, the pre-patriotic use of this term which appears nowadays most appropriate to the reality and needs of contemporary society. This notion of a contract negotiated on the basis of a given situation between the citizens, their representatives and the powers responsible for the particular context allows us to leave behind both the question of national affiliation and also that of our relationship with the authorities.

Indeed, in spite of nationalist revivals, and in spite of the role of combating terrorism assigned to the United Nations since 11 September 2001, there are many indications today that the era based on the division of the planet into nations is over. Stripped of an ever greater part of their social roles and economically interdependent, these states now act primarily in the fields of security, migration control, taxation and the maintenance of public order within their respective territories. The main measures appear to be taken at hardly democratic meetings between the rich countries – G7, G9 or G20 – or within international organizations where certain victor countries from the Second World War retain veto rights which are hardly justified in the light of current reality. On the other hand, it can be seen that the majority of the world's population, now concentrated in vast metropolises, hardly feels represented by these meetings of national governments. It is equally difficult to evoke public-spiritedness when one compares the inhuman measures which restrict the free movement of human beings with those applicable to merchandise, capital and information. Confronted by private organizations, national governments more and more lose control to the point that large corporate groups succeed in putting pressure on them, do not hesitate to declare them failures or even more sadly for them, to give them rankings based on their economic policy. Our crisis-ridden daily life shows the extent to which incivism and even incivility reign among these groups of speculators. In parallel, a sort of worldwide economic war, the only logic of which is profit and the submission of consumers to global markets, seems to dominate these same governmental authorities. Not only does this economic activity take place beyond the citizens' control, it also destroys the civic accord between the citizens and their state. Furthermore, it also destroys what could be called industrial public-spiritedness, based on local roots and social, ecological and cultural responsibility, which, although it should not be idealized, is undeniably suffering from the incivism of the present hyperliberal world. Many enterprises, it has to be said, try to maintain a respectful policy in spite of this difficult background, others communicate such an attitude without really applying it, and many others simply do not fulfil their civic contract. But in parallel with that lack of public spirit in the private sector, one cannot avoid noting that of the nation states. The way in which the proposed Greek referendum was halted by a kind of European putsch, the way in which the countries involved in the Iraq war imposed their position on the UN even if it meant buying the votes of certain countries, the way in which the United States under Obama punished Unesco for having dared to regard Palestine as a nation, and not to mention the Tokyo Accords, are examples, regrettably among many others, of the incivism of dominant nation states which nevertheless have the audacity to hold themselves up as examples of democracy. Where are the citizens in all these shady transactions? Incivism, as we see, does

dont les pays impliqués dans la guerre d'Irak imposèrent à l'ONU leur position quitte à acheter les voix de certains pays, la manière dont les Etats Unis d'Obama punissent l'Unesco qui a osé considérer la Palestine comme une Nation, sans même parler des accords de Tokyo sont des exemples parmi, malheureusement, bien d'autres de l'incivisme des Etats-Nations dominant qui pourtant osent se placer en exemple démocratique. Où se trouve le citoyen dans toutes ces transactions obscures? L'incivisme comme on le voit n'émane pas uniquement comme le pensent certains des petits voyous de banlieue mais bien plus souvent d'autres qui se trouvent à la tête de grandes organisations, d'entreprises et même d'Etats. Comment exiger du citoyen le civisme lorsque son environnement ne répond pas de cette exigence basée sur le respect mutuel?

Apposé au terme design le mot civique permet donc de dépasser la dialectique aujourd'hui inefficace entre le domaine public et le domaine privé. Les enchevêtrements de sociétés semi-publiques, semi-privées, privées ayant des fonctions publiques rendent pratiquement illisibles ce partage du monde à partir de ce filtre de lecture. La notion «de graphisme d'utilité publique» bien que conceptuellement juste, ne parvient plus à répondre aux réalités de la société hyper-libérale dans laquelle nous nous trouvons. Le terme «espace collectif» offre certes une lecture de la répartition spatiale de l'espace urbain, il ne désigne cependant pas les contraintes de cette relation entre l'usager et celui qui gouverne ou gère un lieu. De part son rapport anthropologique à la cité, puis au territoire de la République le civisme se base bien sur un contrat en lien à une spatialité, à son usage, son partage, sa gestion dans le sens de l'intérêt collectif. Il se base comme nous l'avons vu sur des contraintes mutuelles et surtout sur le respect de chacune des parties considérées comme «libres et responsables». Cette réciprocité des responsabilités en un lieu donné qu'il soit de l'ordre de la proximité ou à son extrême inverse de la planète se trouve donc au centre de cette notion. Si l'on définit le design comme cette discipline qui est chargée de qualifier l'interaction entre l'humain et le non-humain qui l'entoure en agissant sur ce non-humain, on peut considérer que le design civique créé la plateforme qui permet de qualifier le contrat. Et si l'on considère que l'incivisme génère de l'incivisme et que la solution comme l'a montré cette dernière décennie n'est certainement pas la répression mais bien plutôt la reconsidération d'accord autour de chaque situation de notre espace de vie se précise petit à petit le rôle de ce type de design. Quelques exemples tirés de l'activité actuelle de l'Institut de recherche Civic city et du Cas Civic-design à la Head de Genève permettront d'illustrer ce propos. Ils montrent la complexité des problématiques et l'urgence du développement de cette approche.

Nous débiterons par la situation de redéfinition d'un contrat fortement perturbé dans les quartiers Nord de la ville de Marseille⁴. Désillusion et résignation caractérisent ces situations bloquées où la négociation devient quasi impossible. Comment recréer du désir collectif? Comment reprendre confiance aux possibles? Comment négocier avec les divers responsables? La notion de participation n'est pas suffisante. Le designer peut non seulement jouer le rôle de médiateur mais il peut également mettre en forme ce qui ne serait qu'intension. La recherche mise en œuvre consiste à considérer le prototype non pas comme aboutissant destiné à se voir réaliser, mais comme base de discussion entre habitants, voir comme base de négociation pour une possible réalisation. Comme avocat des usagers le designer propose et essaie de mettre en œuvre des possibilités que les conditions sociales et les blocages avaient rendus auparavant impossible. Ces projets peuvent relever de l'objet, de l'aménagement d'espaces, de la mise en place de signes, de revalorisations de services, de crédibilisation d'éléments, et surtout de mise en place d'infrastructures pouvant générer une économie. Les expériences diverses permettent de développer une réflexion théorique.

not emanate, as some people think, solely from little suburban hooligans, but more often from people at the head of large organizations, businesses and even governments. How can one demand public-spiritedness from the public when their environment does not respond to that demand, which is one based on mutual respect?

Appended to the term “design”, the word “civic”, then, allows us to go beyond the currently ineffective dialectic between the public and private domains. The entanglements of semi-public, semi-private and private firms with public functions make nonsense of such a division of the world. The idea of “not-for-profit graphic design”, although a useful concept, is no longer adequate as a response to the hyperliberal world in which we live. The term “collective space” certainly provides a guide for the spatial distribution of urban areas, but does not indicate the constraints in the relationship between the users and those who govern or manage a place. Owing to its etymological relationship with the city, and then with the territory of the republic, civism is surely based on a contract linked with a space, with the use of that space, its division and its management in the spirit of the collective interest. As we have seen, it is based on mutual constraints, and above all on respect for each of the parties involved as free and responsible people. This reciprocity of responsibilities in a given place, whether it be a small local area or at the other extreme the planet as a whole, is, then, at the centre of this idea. If one defines design as the discipline which is responsible for defining the interaction between human beings and the non-human objects which surround them by acting upon those non-human objects, then one can consider that civic design creates the platform which allows us to define the contract. And if one considers that incivism generates incivism and that the solution, as the last decade has shown us, is certainly not repression but rather the restoration of accord around all situations in our living space, little by little the role of this type of design becomes clear. Some examples from the current work of the Civic City research institute and the civic design department at HEAD in Geneva will serve to illustrate this proposition. They show the complexity of the problems and the urgent need to develop this approach.

Let us start with the redefinition of a strongly disrupted contract in the northern districts of the city of Marseilles⁴. Disillusion and resignation characterize these gridlocked situations in which negotiation becomes almost impossible. How can a collective will be recreated? How can we regain confidence in the possible? How can negotiations be conducted with various responsible parties? The idea of participation is not sufficient. The designer can not only play the part of a mediator, but can also give shape to something which is only an intention. The implementation research consists of viewing the prototype not as a result destined to be implemented, but rather as a basis for discussion between residents, and therefore as a basis for negotiation concerning a possible implementation. Acting as a users' advocate, the designer proposes and attempts to give shape to possibilities which had formerly been rendered impossible by the social conditions and blockages. These projects can address objects, the development of spaces, the positioning of signs, the enhancement of services, the fundamental re-establishment of credibility, and above all the provision of infrastructure which can generate an economy. The various experience gained will allow theoretical considerations to be developed.

The second project is located at Basle⁵, on the Franco-Swiss-German border. For financial reasons, the integration projects conducted by the children's psychiatric hospital in various villas in the centre of the city are coming to a close. A single building at the edge of the psychiatric complex in the outskirts of the city is in planning. Our role consists in suggesting ways to avoid the risks of stigmatization inherent in

Le second projet se situe à Bales⁵ à la frontière entre les trois pays. Pour des raisons financières les expériences d'intégration menées par l'hôpital psychiatrique pour enfants dans diverses villas du centre de la ville de Bales prennent fin. Un bâtiment unique est en cours de planification à la marge du domaine psychiatrique à la périphérie de la ville. Notre rôle consiste à proposer des idées pour éviter les risques de stigmatisation propre à cette implantation. Là encore il s'agit pas de remplacer urbanistes et architectes mais bien de travailler avec d'autres outils ceux propres au design pour essayer de concevoir un espace ouvert sur la ville où les jeunes fragilisés pourraient se sentir bienvenues.

Le troisième ouvre une toute autre facette de ce design civique: celui de l'information. Il s'agit de rendre lisible et facilement compréhensible des systèmes parfois complexes concernant le citoyen. Dans notre cas nous nous consacreront à la circulation de la nourriture dans un espace urbain en essayant de comparer la ville de New York avec celle de Genève⁶. Le projet ne se limitera pas au design d'information, l'analyse des sites, mais également des modèles économiques devrait permettre de mettre au point une traçabilité des aliments dans une structure urbaine complexe.

Le quatrième devrait nous permettre de fermer cette galerie d'exemples. Un tout autre contexte: on se trouve là dans une petite ville de 4500 habitants au sud de la France⁷. Le projet consiste à analyser l'ensemble de l'écrit présent sur ce territoire et d'en imaginer une alternative plus civique. Une alternative négociée et non pas imposée aux citoyens. Une manière de relire les habitudes en introduisant de la qualité là où généralement on se limite à réguler voir à interdire.

Ces quatre exemples montrent principalement que le design civique aborde des questions dont la maîtrise n'est vraiment possible. Le designer garde certes ces compétences plastiques et créatives. Il doit même les exercer avec le soin maximum en introduisant la qualité visuelle là où souvent elle manque. Simultanément il ne se situe pas dans cette perfection de l'objet conçue de manière autonome et aboutie avant d'entrer en usage. Au contraire il participe d'un processus négocié dont il ne détiendra jamais véritablement la maîtrise. Un processus contextuel dont on mesurera la qualité par la différence entre l'avant et l'après plutôt que par le simple résultat.

LITERATUR / REFERENCES

(1) «Design und démocratie» organisé par Design2context en 2006 à la ZhdK.

(2) Voir pour plus de détails: «le vocabulaire européen de la Philosophie» coordonné par Barbara Cassin. Certaines phrases en sont extraites.

(3) Un premier CAS Civic city a été organisé dans le cadre de l'institut Design2context entre 2008 et 2009. Son renouvellement fut empêché par la responsable du département design de la ZhdK. La même personne qui se trouve à l'origine de la fermeture de l'institut Design2context en 2011. Prévenu dès 2010 de cette attaque, nous avons recréé au printemps 2011 un Institut indépendant de «recherche critique en design». Il est lui aussi intitulé Civic city et organise notamment depuis octobre 2011 un CAS Civic design à la Head de Genève.

(4) «Le prototype comme outil de transformation et de dialogue» un projet développé avec les Quartiers créatifs Marseille-Provence 2013 Capitale Européenne de la culture, le Feder et la Cité des Arts de la rue. Il se prolongera sous forme de divers workshops jusqu'à l'automne 2013.

(5) «Integration statt Isolation» un projet développé pour UPK-KJPK Basel, dans le cadre de l'IBA Basel, 2020.

(6) Un projet développé avec la Parson New School, Miguel Robles-Duran.

(7) Négrepelisse, «L'écrit dans la ville» en collaboration avec la Cuisine, centre national de Design.

this development. Once again, the aim is not to replace town planners and architects, but to use other tools which design offers in the attempt to create a space open to the city where damaged young people can feel welcome.

The third project addresses a completely different aspect of civic design: that of information. It deals with making citizen-related systems which are in part highly complex both clear and easily comprehensible. In this case, we are devoting our attention to the distribution of food in an urban area, by attempting to compare the city of New York with Geneva⁶. The project will not be limited to information design and the analysis of sites, but economic models are also to be developed to permit traceability of foodstuffs in a complex urban structure.

The fourth project rounds off our gallery of examples. A totally different context. Here we are in a small town with a population of 4500 in the south of France⁷. The project consists of analyzing the totality of written material issued by the authorities and imagining a more civic alternative. An alternative which is negotiated and not imposed upon the citizens. A way of re-examining customs by introducing quality where generally regulations or prohibitions are the norm.

These four examples mainly show that civic design addresses issues which it is not really possible to master. The designer does of course retain his creative, shaping skills, and may even use them with maximum care in creating visual quality where it is often lacking. At the same time, however, he is not in the realm of perfect objects, designed autonomously and completed before being used. On the contrary, he takes part in a negotiated process which he will never truly master. A contextual process, the quality of which is measured by the difference between before and after, rather than just by the result.





ACH AACHEN

WIE KANN DEUTSCHLANDS STADT MIT DEN WENIGSTEN LIEBESPAAREN GEHOLFEN WERDEN?

ABSTRACT

Aachen ist die einzige Stadt in Deutschland, in der mehr Männer als Frauen leben. In der Altersklasse zwischen 23 und 35 Jahren liegt der Männerüberschuss sogar bei mehr als 9.000. In Aachen werden auch mehr Ehen geschieden als geschlossen. Die Männer studieren Maschinenbau und gelten als vollkommen unromantisch. *Ach Aachen* will helfen, Defizite abzubauen und mehr Zeit für Zärtlichkeiten zu ermöglichen. Kann Design die richtigen Anlässe und Atmosphäre schaffen, um neuen Liebespärchen den Weg zum ersten Kuss zu ebnen?

STATUS

Nicht realisiert, Aachen bleibt vorerst single minded.

HOW CAN GERMANY'S CITY WITH THE FEWEST COURTING COUPLES BE HELPED?

Aachen is the only city in Germany with more men than women. In the age group between 23 and 35, the number of excess men is even more than 9,000. In Aachen, too, there are more divorces than weddings. The men, for the most part, are mechanical engineering students, and are regarded as being totally unromantic. *Ach Aachen* (Oh Aachen) is intended to help to reduce the deficits and create more time for tenderness. Can design create the right occasions and atmosphere to smooth the way for new lovers to the first kiss?

Not implemented. For the time being, Aachen remains single minded.



 **Katschhof
Kino**

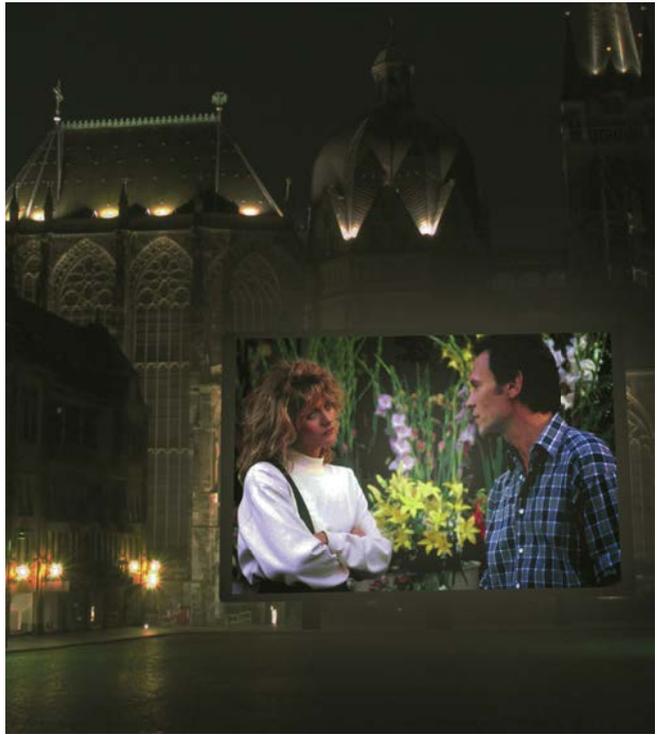
Kino für Zwei.

Genießen Sie Klassiker im perfekten Pärchensitz im Katschhofanorama.
Infos unter: www.wach.aachener.de

 **wach
aachen**

© 2014 Katschhof Kino

 **Wall**



Der Katschhof ist ein zentraler Platz mit perfektem Panorama vom Rathaus bis zum Dom. Trotz seiner Schönheit wird er im täglichen Stadtleben wenig genutzt und bietet heute keine Anlässe zum Verweilen. *Ach Aachen* verwandelt den Platz in ein temporäres Open Air Sommerkino, wo klassische Mädchenfilme wie *Casablanca*, *Harry & Sally* oder *Pretty Woman* aufgeführt werden. Als Kuschelplattform dient der *Fatboy buggle up*, ein outdoor-fähiger und gemütlicher Sitz für zwei Personen, in dem man sich zwangsläufig näher kommt. Die Diskretionszonen um die einzelnen Sitze herum sind großzügig bemessen, so dass Pärchen ungestört pousieren können. Kerzenlicht, Popcorn und Wolldecken vervollkommen das intime Erlebnis auf den Inseln der Zweisamkeit.

The Katschhof is a central square with a perfect panorama from the town hall to the cathedral. In spite of its beauty, it is seldom used in the daily life of the city, and at present there is no real reason to spend any time there. *Ach Aachen* transforms the square into a temporary open air summer cinema, showing classic girlie films like *Casablanca*, *When Harry Met Sally* and *Pretty Woman*. The setting for cuddles is provided by the *Fatboy Buggle Up*, a cosy outdoor seat for two, in which couples necessarily get closer to each other. The discretion zones around the individual seats are generously dimensioned for undisturbed flirting. Candlelight, popcorn and blankets perfect the intimate experience on these islands of togetherness.



**Katschhof
Kino**

Kino für Zwei.

Genießen Sie Klassiker im perfekten Pärchensitz im Katschhofpanorama.
Infos unter www.ach-aachen.de



Der Lousberg ist mit 264 Metern Höhe die höchste Erhebung in Nähe des Stadtzentrums und bietet einen herrlichen Blick über die Stadt. *Ach Aachen* installiert hier Liebesnester aus Rundhölzern in den Bäumen, die über Leitern zugänglich sind. Liebespaare können die Nester online reservieren und über den Dächern von Aachen die Nacht genießen.

At an altitude of 264 metres, the Lousberg is the highest point close to the city centre, providing a glorious view of the city. Here, *Ach Aachen* installs roundwood love nests in the trees, accessible by ladder. Lovers can book the nests online and enjoy the night over the roofs of Aachen.



**Lousberg
Nester**



Blick für Zwei.

Genießen Sie den Aachener Sonnenuntergang.
Infos unter www.ach-aachen.de





Fußgängerampeln verwandeln sich von Show Stoppers in Love Starters. Erzwungene Wartezeiten werden geschickt genutzt, um aus zufälligen Begegnungen Liebe zu stiften. Die doppelte Rotbeleuchtung zeigt ein Herz und ein sich küssendes Paar, die Ampel wird Animateur der Liebe.

Pedestrian lights are transformed from show stoppers into love starters. Compulsory waits are ingeniously used to spark the flame of love in chance encounters. The two red lamps show a heart and a kissing couple, turning the light into a matchmaker.

BRIGITTE MINZ
JESSICA GIL BARRIONUEVO

BLOCK

PARS PRO TOTO STÄDTEVERGLEICH
MIAMI/NEW YORK

ABSTRACT

Subjektive Analyse und formale Komparatistik von Straßen/Wohnblocks in Miami und New York über einen Zeitraum von sechs Monaten, dokumentiert in einem Buch und in einer Ausstellung. *Block* bildet ein kompaktes Porträt beider Städte in der großflächigen Analyse städtebaulicher Strukturen wie im Mikrokosmos eines repräsentativen Blocks.

STATUS

Der 20 Kilometer lange Walk durch die Stadt von der Peripherie bis in das Zentrum auf www.blockwalk.de dokumentiert die visuelle Erschließung der Texturen Miami/New York.

PARS PRO TOTO – URBAN COMPARISON OF
MIAMI AND NEW YORK

Subjective analysis and formal comparison of streets and apartment buildings in Miami and New York over a period of six months, documented in a book and an exhibition. *Block* is a compact portrait of the two cities, comprising both a broad analysis of urban structures and a consideration of the microcosm of a representative block.

The 20 kilometre walk through the city from the outskirts to the centre at www.blockwalk.de documents the visual discovery of the textures of Miami and New York.

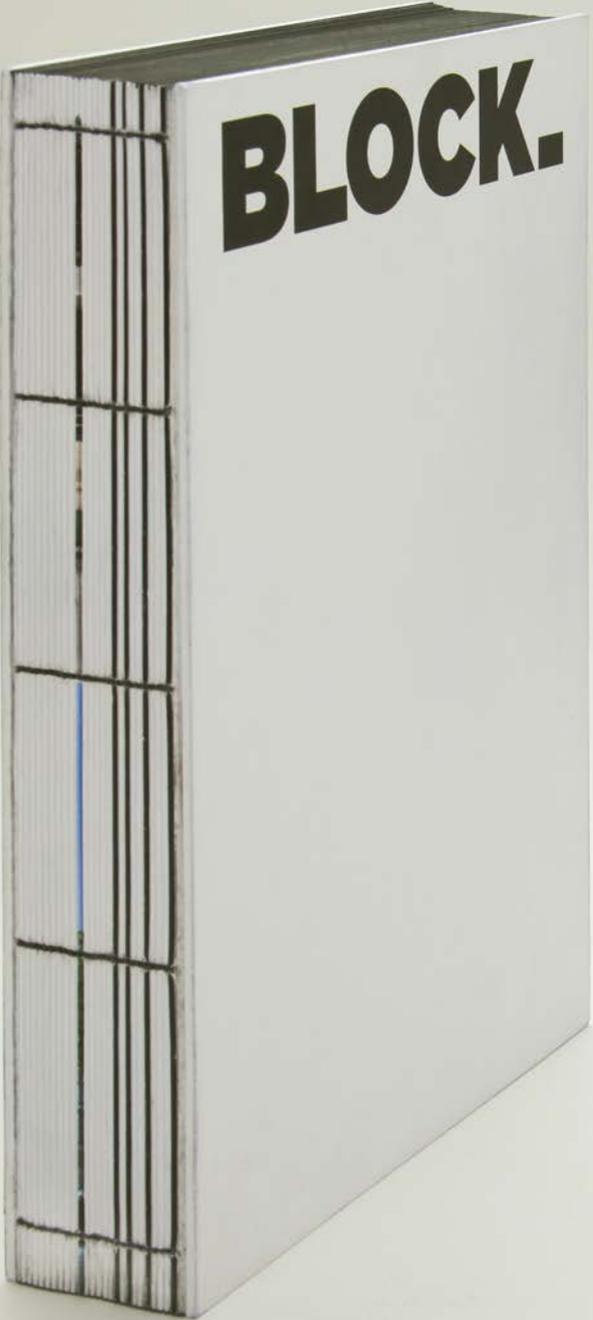


NYC
SMOKE
SHOP

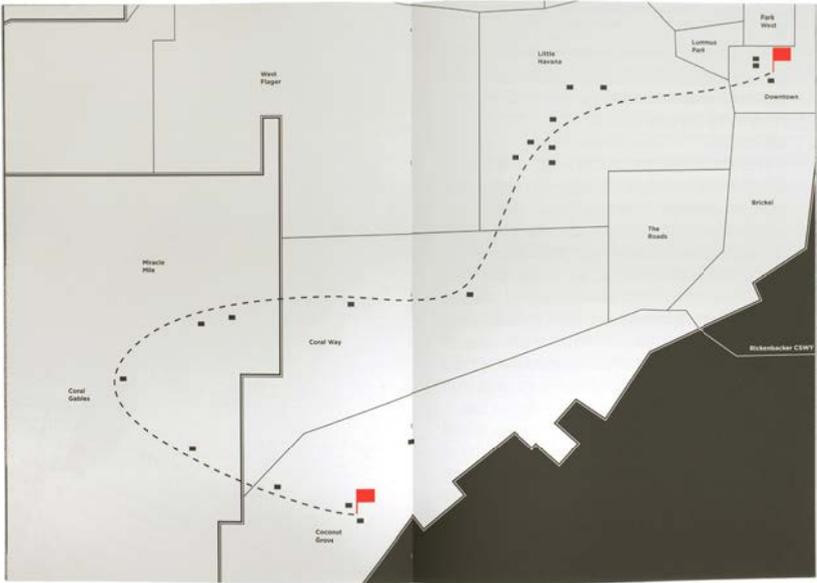
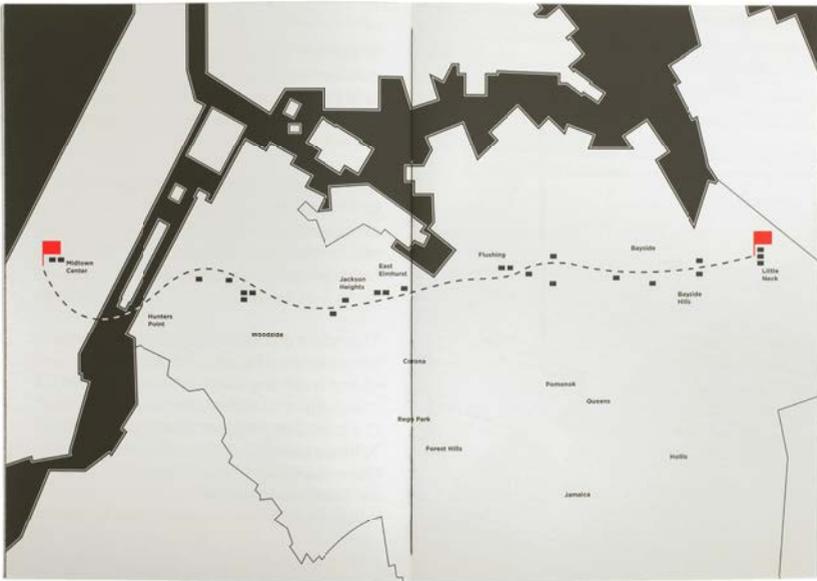
FO YING
Tel: 489-500819

bar west end grill

NYC
GO
CAM



BLOCK.





Der Grid Plan ist ein rechteckiges, gitterförmiges Straßenraster, das einen deutlich erkennbaren Grundriss hat. Weltweit diente der "Grid plan" in der Geschichte als Vorbild für viele Städte.

Weniger konkret sein der Grid Plan auch eine Planart zu beschreiben, die nach einem anderen Muster angelegt ist. Die Entwicklung des Rasters kam in einem frühen Stadium zustande. Die Entwicklung des Rasters kam in einem frühen Stadium zustande. Die Entwicklung des Rasters kam in einem frühen Stadium zustande.

Die Anfänge des Grid Plans liegen in der Geschichte weit zurück. Die ersten Beispiele können man zwischen 2500 und 2000 v. Chr. bei den alten Mesopotamier und Ägyptern sehen. Diese Städte befanden sich im heutigen Irak und Ägypten mit einem Gitternetz der Straßen, das mehr als 8 km zu den größten Städten ihrer Zeit. Nach langjähriger Arbeit bei Betrachtung von Stadtplänen vieler Städte im archaischen Griechenland entstanden unterschiedliche Stadtkonzepte. Schon damals hatten sich die Menschen Gedanken darüber gemacht, wie Strukturen entstehen können und die Aufteilung ihrer Stadt anzulegen sollte.

Die Erfahrungen von Bauwerk der Hochkulturen wurden von den Griechen und Römern weiterentwickelt und perfektioniert. Die Griechen nutzten verschiedene Städte und angelegten sie von. Die Römern übernahmen die Grundzüge der Griechen und adaptierten ihre Städte mehr als 500 Jahre nach dieser Methode.

Im Beginn des 19. Jahrhunderts v. Chr. begann sich die städtische Konzepte des Grid Plans auch in verschiedenen Städten des Antiken China weiterzuentwickeln.

Als 479 v. Chr. wurden dem Bau neuer Städte die städtischen Grundzüge des "Hippodamischen Systems" zugrunde gelegt. Das "Hippodamische System" beschreibt eine Methode der griechischen Antike zur Erweiterung, Neugestaltung und Wiederherstellung der Städte. Das bestehende Grundrissmodell wurde bei dieser Methode weiterentwickelt und in einem Raster angeordnet.

Das System wurde von dem Griechen Hippodamos, einem Stadtplaner und Stadtentwickler der Antike aus der Stadt Milet (eine damalige antike Stadt an der Westküste Kleasiens, heutige Türkei) entwickelt, der während des 5. Jahrhunderts v. Chr. viele Städte bauen ließ, die durch ein gitterförmiges Stra-

The grid plan is an identifiable, rectangular grid street form. Worldwide, the grid plan has historically been a model for many cities, and has become increasingly relevant.

Less concretely, the grid plan can also be described as a map of the city that follows a strict pattern. The development of the grid can be found again in some cultures and in many other. Many earlier cities recognized and applied the advantages of the city grid to create structures.

The beginnings of the grid plan reach far back in history. The first grid plans can be observed in 2500-2000 BC, in the cities Mesopotamia and Hippodamian Cities. Both cities were located in present-day Iraq/Egypt, with a well-circumference of more than 8 km, as you can see in the larger cities of their time. After Hippodamus', grid plan network was found and copying all kinds of both cities. Even then, people had been thinking about how they could structure their cities.

Early Greek and Roman cultures further developed and perfected the grid plan. The Greeks took advantage of existing cities and expanded them into grid systems. The Romans adopted the plans of the Greeks and used them in their cities for more than 500 years.

In the early 19th century BC, the urban grid plan concept could also be found in different cities of ancient China.

Beginning in 479 BC, the Hippodamian system was implemented as a basis for the construction of new towns and urban design principles. The Hippodamian system describes a method of expansion, creation, and reconstruction of cities in ancient Greece. The existing grid plan was developed with this method and later transformed into the complete grid system.

The system was developed by the Greek Hippodamos, an urban planner and theorist in the 5th century BC, the ancient city of the city of Miletus in today's western Turkey. He sought to create order through the city grid, and thus political and social order. By every citizen, he argued, should be allowed the optimum use of land and a government urban planning.

From the 19th century BC, a majority of European cities, particularly in southern France in the 19th and 20th centuries, continue to expand in their cities according to the grid system. The grid plan is a city structure that was widely applied among new towns in the Middle Ages.

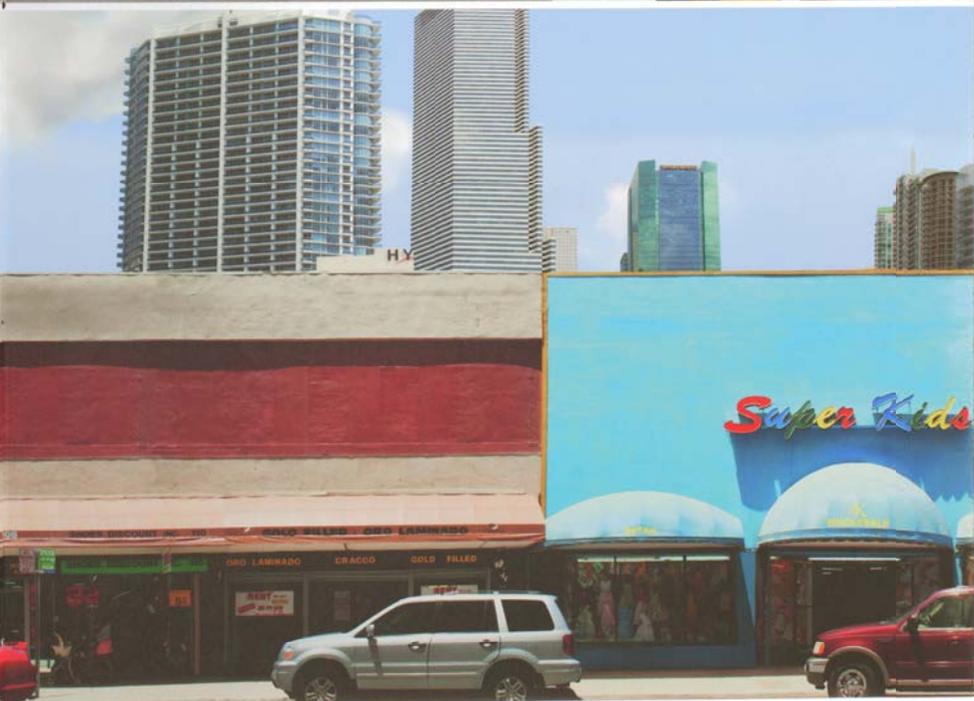
“Es gibt in Städten immer die Sehnsucht nach einer bestimmten Identität, nach der Besonderheit, nach dem eigenen Charakter der Stadt und der wird meistens in der Geschichte gesehen.”

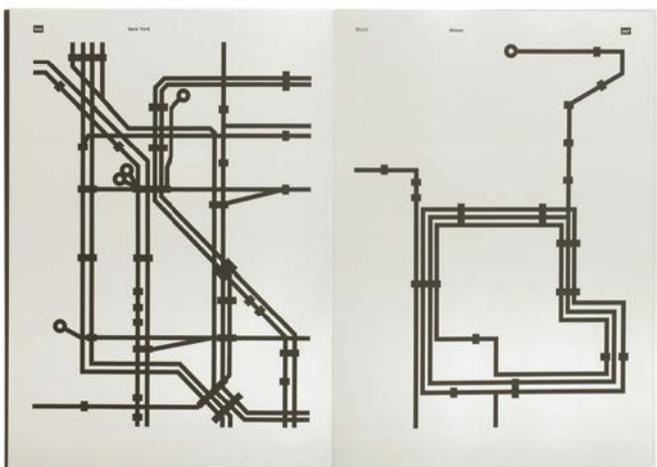
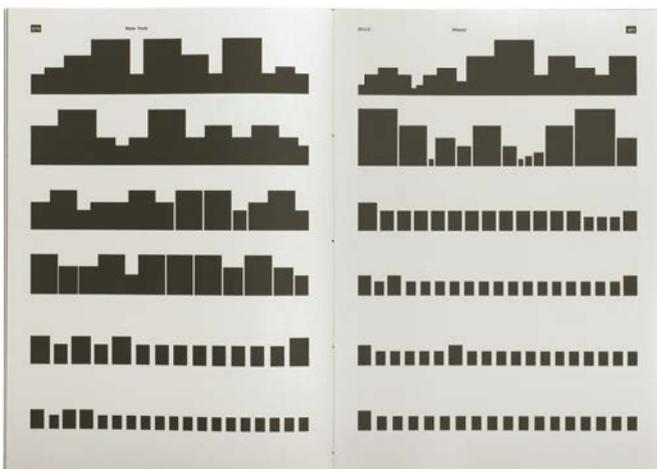
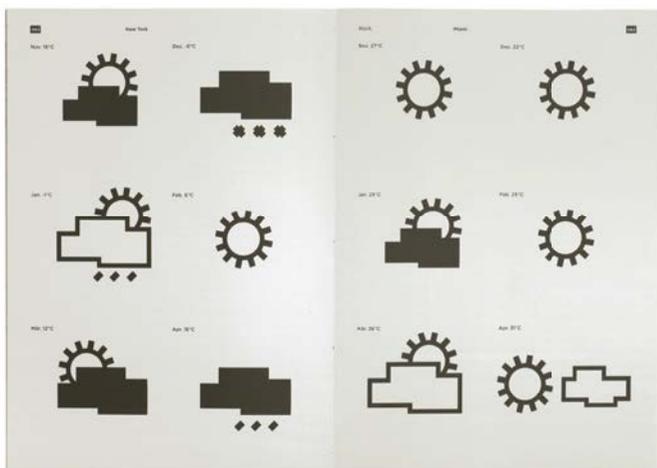
Hartmut Haubermann, Professor für Stadtforschung

“There are always cities yearning for a certain identity or particularity, cities seeking their own unique character. These are mostly the cities that will be remembered by history.”

Hartmut Haubermann, Professor for Stadtforschung







BLOCK.

New York



Miami



Ein Land, zwei Menschen, zwei Städte zur gleichen Zeit. Jede sechs Monate in einer Stadt. Die eine in Miami, die andere in New York. Ein Projekt, das sich mit Stadtbetrachtung und dem Prinzip des Städtevergleichs auseinandersetzt. Es geht um den Wohnblock, der durch das typische Stadtenaster amerikanischer Großstädte geprägt wird.

Ein 20 Kilometer langer "Walk" durch die Stadt von der Peripherie bis in das Zentrum ermöglicht eine genaue Betrachtung der Blöcke. Der Vergleich zwischen Miami und New York zeigt Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Städte auf. Die Umgebung der Menschen, die Kulturen tragen zur Entstehung eines Blocks bei und helfen, sich ein Bild des Blockes zu machen.

CITY TRIMM

BEI ROT TRAINIEREN, BEI GRÜN FLANIEREN

ABSTRACT

City Trimm ist eine Urban Sports Plattform, die über Facebook organisiert wird. Sie bietet Kraft- und Fitnessübungen an, die man ohne großen Zeitaufwand und einfach mal zwischendurch bei den täglichen Wegen durch die Stadt einflechten kann. Trainingsgeräte sind in Hülle und Fülle vorhanden, vom Laternenmast über das Bushäuschen bis zur Rutsche auf dem Spielplatz. Die Plattform wächst mit der Anzahl der Nutzer, die sich auf neue Trainingsorte aufmerksam machen und untereinander vergleichen können.

STATUS

Projektskizze

RED TO WORK OUT, GREEN TO WALK ON

City Trimm is an urban sports platform organized via Facebook. It offers muscle-building and fitness exercises which can be fitted in briefly and easily during daily walks through the city. Training equipment is available en masse, from lamp posts through bus shelters to the slide at the playground. The platform grows with the number of users, who can suggest new training locations and compare their experiences.

Project outline





Chrome Ablage Bearbeiten Darstellung Verlauf Lesezeichen Fenster Hilfe

www.facebook.com/pages/City-Trimm/225519450804574?tab=wall

facebook

City Trimm

Trimmer

Pinwand

Facebook unter dem Namen City Trimm verwendet

Benachrichtigungen

Mit einer Benachrichtigung bewerten

Alle Versionen der Statistiken anzeigen

Freunde einladen

Los geht's

Platzmarkt

Verlorenen Beiträge

Info

Aktivitäten von Freunden

Fotos

was ist neu

Info

Was ist City Trimm

gefällt das

Aktualisierungen via RSS

schicken

Teilen

City Trimm hat 10 neue Fotos zu dem Album City Trimm hinzugefügt.

City Trimm

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · 3. Juli 2011 um 23:37

NEUESTES AKTIVITÄT

City Trimm hat Geburtstag, Biografie und Info bearbeitet.

City Trimm ist facebook beigetreten. · Gefällt mir · Kommentieren

Es sind keine weiteren Beiträge vorhanden.

Facebook © 2011. Deutsch Über uns · Werbung · Seite erstellen · Entwickler · Karrieren · Datenschutz · Impressum/Nutzungsbedingungen · Hilfe

1 Chat (0)

Chrome Ablage Bearbeiten Darstellung Verlauf Lesezeichen Fenster Hilfe

www.facebook.com/photos.php?fbid=228345020522017&set=pa.225519450804574&type=3&theater

facebook

City Trimm

Dips

Wieder warten, bis Grund zum Verlieren.

City Trimm

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Bearbeiten · 3. Juli 2011

Schreibe einen Kommentar...

Album: Foto von City Trimm in City Trimm

Gesicht von

personnel auf diesem Foto markieren

Das Foto taggen

Datum ändern

Herunterladen

Als Kopie für die Seite verwenden

Dieses Foto löschen

in der Stadt gibt es viele Plätze, an denen sich viele Übungen durchführen lassen. Wie oft diese Plätze auf den Überwegen betreten und wie viele weitere Übungen auf Facebook

in der Stadt gibt es viele Plätze, an denen sich viele Übungen durchführen lassen. Wie oft diese Plätze auf den Überwegen betreten und wie viele weitere Übungen auf Facebook

Chrome Ablage Bearbeiten Darstellung Verlauf Lesezeichen Fenster Hilfe

www.facebook.com/photos.php?fbid=228345020522017&set=pa.225519450804574&type=3&theater

facebook

City Trimm

Bauchmuskeln

Bei Rot sollst du trainieren bei Grün flüchten

City Trimm

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Bearbeiten · 3. Juli 2011

Schreibe einen Kommentar...

Album: Foto von City Trimm in City Trimm

Gesicht von

personnel auf diesem Foto markieren

Das Foto taggen

Datum ändern

Herunterladen

Als Kopie für die Seite verwenden

Dieses Foto löschen

in der Stadt gibt es viele Plätze, an denen sich viele Übungen durchführen lassen. Wie oft diese Plätze auf den Überwegen betreten und wie viele weitere Übungen auf Facebook

in der Stadt gibt es viele Plätze, an denen sich viele Übungen durchführen lassen. Wie oft diese Plätze auf den Überwegen betreten und wie viele weitere Übungen auf Facebook

D21



DIE PARTIZIPATIONSMASCHINE FÜR DEN KOMMUNALEN BÜRGERDIALOG

ABSTRACT

D21 macht dezentrale Meinungsbildung zentral sichtbar. Auf hoch frequentierten Plätzen der Stadt werden Infosäulen aufgestellt, die Meinungen und Positionen der Bürger zu kontroversen Stadtprojekten abbilden. Die Statements werden über das Internet eingesammelt und nach Themengruppen sortiert. Die Infosäule zeigt unablässig neue Einzelmeinungen und Meinungsbilder zu den meist diskutierten Themen. Sie will die Entfremdung des Bürgers vom kommunalen politischen System aufbrechen und den Stimmen der Vielen Gehör verschaffen. Vor dem Hintergrund immer neuer Bürgerbewegungen wie Stuttgart 21 oder Occupy Wall Street sind neue Formen der direkten Bürgerbeteiligung an zumindest kommunalen Entscheidungsprozessen politisch auf der Tagesordnung. Der intensiven Nutzung von Internet-Foren steht dabei aber ein Mangel an Sichtbarkeit der digitalen Diskurse gegenüber, die von den Medien oft nur sehr selektiv abgebildet werden. *D21* liefert die Standpunkte ungefiltert und in Echtzeit.

STATUS

Konzeption, Entwicklung und Gestaltung sind abgeschlossen. *D21* kann von Kommunen angefordert werden.

THE PARTICIPATION MACHINE FOR LOCAL DIALOGUE

D21 makes decentralized opinion-forming centrally visible. Information columns representing the opinions and positions of the residents on controversial city projects are set up at highly frequented locations in the city. The statements are collected via the internet and sorted into topic groups. The information column continuously displays new individual opinions and general trends on the subjects discussed the most. They are intended to reduce the alienation of citizens from the local government system and make the voices of the majority heard. Against the background of emerging grassroots movements such as Stuttgart 21 or Occupy Wall Street, new forms of direct involvement by citizens, at least in local authority decision-making processes, are on the political agenda. The intensive use of internet forums, however, has the disadvantage that the digital conversations are not highly visible, and often only selectively reported by the media. *D21* conveys the standpoints unfiltered and in real time.

Conceptual design, development and detailed design are complete. *D21* can be requested by local authorities.



as Schuster, Mappus,
HARAKTER

WÖRTER DES JAHRES 2010

1. WUTBÜRGER
2. STUTTGART 21
3. SARRAZIN-GEN
4. CYBERKRIEG
5. WIKILEAKS
6. SCHÖTTERN
7. ASCHEWOLKE
8. VUVUZELA
9. FEMITAINMENT
10. UNTER DEN EURO-RETTUNGSSCHIRM SCHLÜPFEN



ZIT: www.pflichtlektuere.com



ZIT: www.welt.com



ZIT: www.hamburg-web.de



ZIT: www.bronxonline.de



D21

ÜBER D21 NEWS PRESSE SUCHE

LOGIN

DARÜBER SPRICHT DEUTSCHLAND



LETZTE BEITRÄGE

DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:18
 KO-BODEN
 KONSTANTIN VON RABENSTEIN
 Die Kosten sind vertretbar. Die neu entstehenden Büro- und Geschäftsflächen werden über Kurz oder Lang die Kosten einspielen.

HAMBURG, 28.03.2011 15:36
 HAMBURG-WILHELMSBURG
 JENS BECKMANN
 Die Wohnungen der Gagfa in Dresden sind überwiegend in einem guten Zustand, in Westdeutschland haben sie, wie die meisten Finanzinvestoren, aber auch ziemlich Schrott eingekauft.

DÜSSELDORF, 28.03.2011 14:14
 KO-BODEN
 MARKUS RAUB, VORSITZENDER DER SPD-RATSFRAKTION
 Auch die SPD fordert einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Geld der Stadt. Die Schuldenfreiheit darf nicht durch solch ein Projekt gefährdet werden.

DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:28
 KO-BODEN
 ANGELIKA BECKER
 Ich hätte mir mehr Abstand des Liebermann-Baus zum Hofgarten gewünscht. Und mehr Platz statt neuer Gebäude.

SUCHE

STADT ODER PLZ

THEMENSUCHE

SUCHEN

D21 ÜBER D21 NEWS PRESSE SUCHE

LOGIN

DÜSSELDORF

ÜBERSICHT

TRENDS

STREETVIEW

IHR BEITRAG

DÜSSELDORF ÜBERSICHT



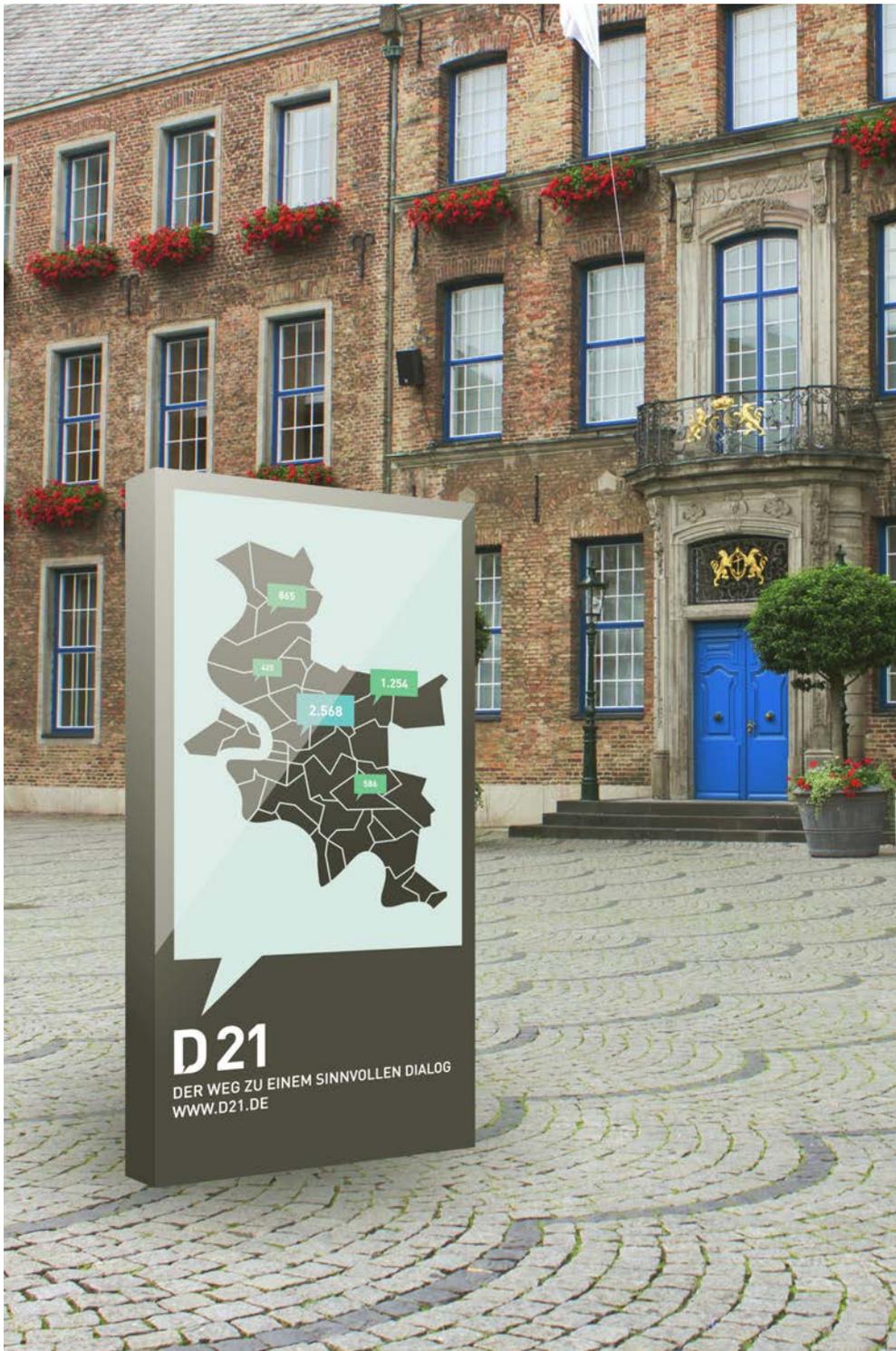
KO-BODEN

DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:09
 MARTIN HOLLER
 An diesem bethelischen Uners, mögen könnte man als Düsseldorfer Bürger immer wieder zweifeln.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:08
 ANGELIKA BECKER
 Ich hätte mir mehr Abstand des Liebermann-Baus zum Hofgarten gewünscht. Und mehr Platz statt neuer Gebäude.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:24
 CHRISTIAN KÖRNER
 Überflüssig ist er, dieser gigantomanische Bauschwachsinn.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:09
 BETTRAND MEIER
 Man hätte vielleicht lieber darüber nachdenken sollen, wie man wenigstens den Hofgarten wieder in seine ursprüngliche geschlossene Form zurückführt.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:18
 KONSTANTIN VON RABENSTEIN
 Die Kosten sind vertretbar. Die neu entstehenden Büro- und Geschäftsflächen werden über Kurz oder Lang die Kosten einspielen.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:32
 KONSTANTIN VON RABENSTEIN

REAKTIONEN

DÜSSELDORF, 28.03.2011 14:14
 MARKUS RAUB
 Auch die SPD fordert einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Geld der Stadt. Die Schuldenfreiheit darf nicht durch solch ein Projekt gefährdet werden.
 DÜSSELDORF, 28.03.2011 15:08
 ANGELIKA BECKER
 Ich hätte mir mehr Abstand des Liebermann-Baus zum Hofgarten gewünscht. Und mehr Platz statt neuer Gebäude.

SUCHE



D 21

DER WEG ZU EINEM SINNVOLLEN DIALOG
WWW.D21.DE

www.d21.de/ D21

Jobs • Büro • Projekte • Information • News (2450) • Kommunikation • Shopping • Design • Computer • Codes • Poster • Neudruck

D21 ÜBER D21 NEWS PRESSE SUCHE LOGIN

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN ÜBERSICHT TRENDS STREETVIEW IHR BEITRAG

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

Niemand, außer den Investoren und irgendwelchen Politikern, braucht an dieser Stelle noch zwei klotzig-pompöse Glasbauten.

Ich hätte mir mehr Abstand des Liebermann-Baus zum Hofgarten gewünscht. Und mehr Platz statt neuer Gebäude.

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
WITTFRAU BOHNE

Man hätte vielleicht lieber darüber nachdenken sollen, wie man wenigstens den Hofgarten wieder in seine ursprüngliche geschlossene Form zurückführt.

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

Die Kosten sind vertretbar. Die neu entstehenden Büro- und Geschäftsflächen werden über Kurz oder Lang die Kosten einspielen.

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
WITTFRAU BOHNE

Ich würde mir neben Klamottengeschäften und Unternehmensberatungen noch ein bisschen Raum für Kultur und ordentlich Gastronomie wünschen.

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

Das meiste Geld für den Kö-Bogen kommt von einem Privatinvestor. Das kostet die Stadt erstmal nichts.

www.d21.de/ D21

Jobs • Büro • Projekte • Information • News (2450) • Kommunikation • Shopping • Design • Computer • Codes • Poster • Neudruck

D21 ÜBER D21 NEWS PRESSE SUCHE LOGIN

DUSSELDORF ÜBERSICHT TRENDS STREETVIEW IHR BEITRAG

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN

STREETVIEW




DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
WITTFRAU BOHNE

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
WITTFRAU BOHNE

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
STEFFI WILHELM

DUSSELDORF / KÖ-BÖGEN
WITTFRAU BOHNE



11.15.38
LEIBENBAUM
... bekommt
Bau vom
...kten des
ten World
Center-
...lgers in New
...ur's Renommee
...chlecht.

23.03.2011 12:12
KO-BOGEN
ANGELIKA BECKER
Ich hätte mir
mehr Abstand des
Lieberrmann-Baus
zum Hofgarten ge-
wünscht. Und mehr
Platz statt neuer
Gebäude.

23.03.2011 12:18
KO-BOGEN
KONSTANTIN VON
RABENSTEIN
Die Kosten sind
vertreibbar. Die neu
entstehenden Büro-
... und Geschäftsjä-
...hen werden über
Kurz oder Lang die
Kosten einspielen.

27.03.2011 16:48
KO-BOGEN
STEFFI MÜLLER
Niemand, außer
den Investoren u
... irgendwelchen P
...tikern, braucht
dieser Stelle noc
zwei Klötzig-pom
...öse Glas-bauter
Unternehmen
...atungen höch
...bisschen Raum
...lich Gastronom
...wünschen.



SARAH LÜDER

DORF STADT

DIE ENTDECKUNG DES CHARMES
ZWISCHEN FISCH UND FLEISCH

ABSTRACT

Die Dorfstadt ist weder Fisch noch Fleisch, weder Dorf noch Stadt. Sie wird eher als unvollkommene Kleinform der Metropole wahrgenommen denn als großformatiges Dorf. Besonders in der Nähe großer Ballungszentren haben es Dorfstädte schwer, ihre Besonderheiten und Reize herauszustellen. Das Lebensgefühl ist weder urban noch ländlich, die Identität wabert im Nirgendwo. Das Projekt *Dorfstadt* will Klein- und Mittelstädten eine preiswerte Möglichkeit bieten, sich ihres Charmes und ihrer Besonderheiten zu vergewissern und Bürger wie Durchreisende mit versteckten Attraktionen bekannt zu machen. Kernstück des Konzeptes ist der Dorfstadt-Guide, der gerade nicht über klassische Sehenswürdigkeiten oder touristische Ziele informiert, sondern Wege zu den Geheimtipps eröffnet, die Fremden ansonsten verschlossen bleiben. Die Sehenswürdigkeiten werden bottom up mit den Bürgern der Dorfstadt gesammelt, bewertet, mit Paten versehen und in einem Guide vorgestellt. Auf dem Dorfplatz steht eine Pinwand, an der neue Angebote veröffentlicht werden, eine Website begleitet die Kommunikation.

STATUS

Das Projekt wurde vom Oberbürgermeister in Castrop-Rauxel beauftragt und wird im Frühjahr 2012 realisiert.

DISCOVERING CHARM BETWEEN FISH
AND FOWL

Small towns are neither fish nor fowl, neither villages nor cities. They are perceived to be more an imperfect miniature form of metropolis than a large-scale village. Especially in the vicinity of major conurbations, small towns have a hard job advertising their special features and charms. The feeling of life is neither urban nor rural, with identity drifting in the middle of nowhere. The *Dorfstadt* (Villagetown) project is offer small and medium-sized towns an inexpensive opportunity to discover their own charm and uniqueness, and introduce residents and passers-through to their hidden attractions. The heart of the concept is the Dorfstadt Guide, which consciously avoids presenting information on classic sights and tourist trails, but rather reveals some of the insider tips which visitors would not otherwise learn about. Working bottom-up together with local residents, sights are identified, assessed, given sponsors and presented in a guide. The village square has a pinboard on which new offers are publicized, and communication is supplemented by a website.

The project was commissioned by the Mayor of Castrop-Rauxel and will be implemented in spring 2012.





DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



17 Taubenvatta Denkmal

Es zeigt einen Taubenvatta bei der Pflege seiner Brieftauben. Es wurde 1986 auf einem neugeschaffenen Platz an der Oberen Münsterstraße gesetzt.



Adresse
Brunostraße
44581 Castrop-Rauxel



Boulespiel am Brunowald

Neben den Waldflächen und dem Brunosee ist der Beerenbruch durch ein zwei Kilometer langes Wanderwegenetz erschlossen.



Dort treffen sich regelmäßig Freunde des Boulespiels, um bei frischer Luft und Sonne in den Wettstreit zu treten.

Jeden ersten Samstag im Monat. Treffpunkt ist ab 15 Uhr an der Brunostraße in Ickern.

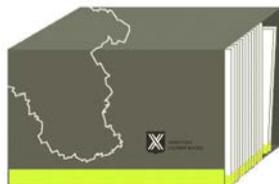


DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



13 Halde Schwerin

Die ehemalige Halde der Zeche Erin ist heute der höchste Punkt Castrop-Rauxels und einer der Quellpunkte des Deinighäuser Baches.





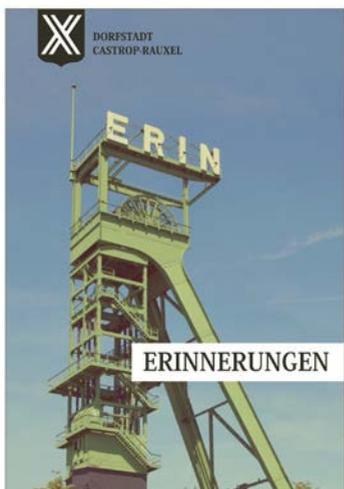
DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



STONEHENGE



DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



ERINNERUNGEN



DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



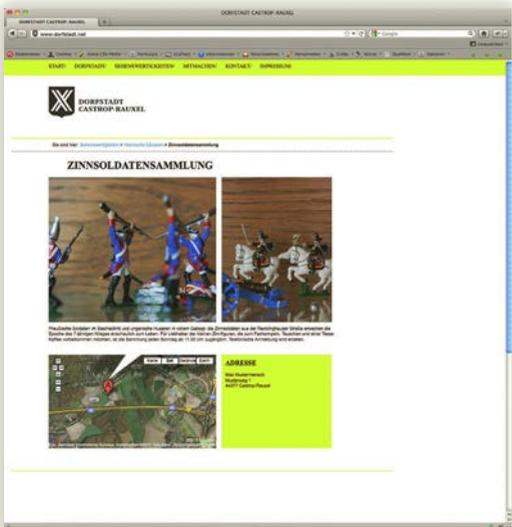
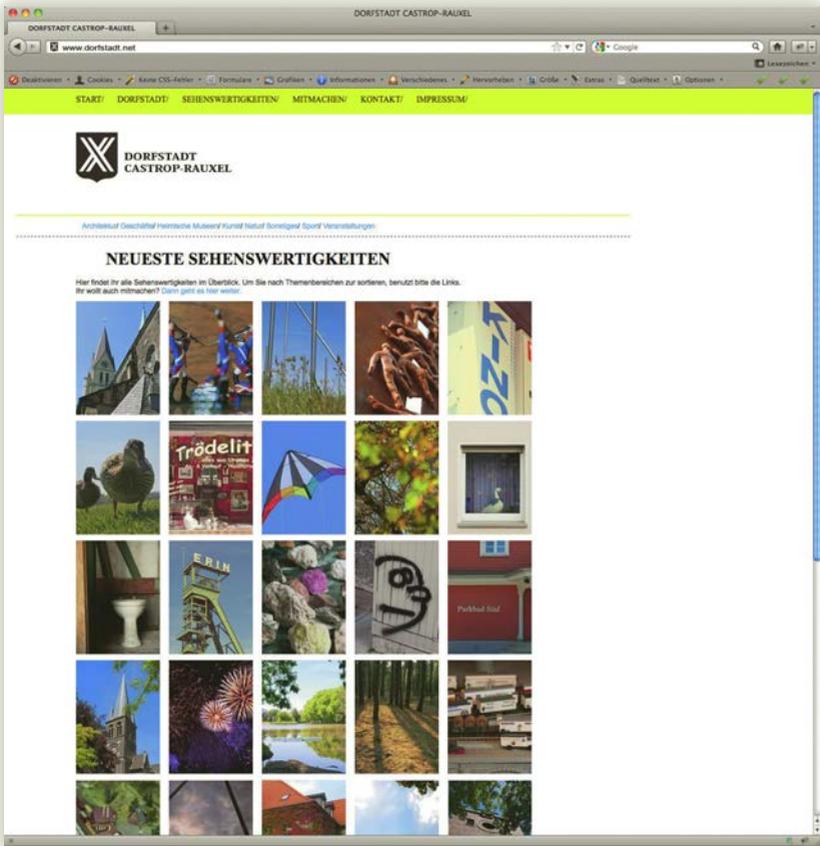
HIMBERGEIST



DORFSTADT
CASTROP-RAUXEL



CANALE GRANDE



BENJAMIN NAST
THOMAS WIRTZ

ERKRATH ERFAHREN

EIN BESCHILDERUNGSKONZEPT GEGEN
DEN VORBEIRASENDEN ALLTAG

ABSTRACT

Erkrath erfahren ist eine Hommage an den Berufspendler, der in seiner Monotonie auf immergleichen Strecken mit überraschenden Fragen konfrontiert wird, die ihn in den Moment und in die konkrete Umgebung zurückholen. Für Erkrath als konturlose Pendler- und Schlafstadt im Speckgürtel von Düsseldorf möchte die Installation ein preiswertes Minimum an Identitätsbildung bereitstellen.

STATUS

Simulierte Installation aus dem WS 2010/11, nicht realisierter Siegerentwurf aus dem Wettbewerb *Ortseingänge* vom Planungsdezernat der Stadt Erkrath.

A SIGNAGE SYSTEM TO STOP LIFE JUST
FLASHING BY

Erkrath erfahren (Discovering Erkrath) is a homage to commuters, confronting them in their monotony on identical journeys with surprising questions to bring them back to the here and now. For Erkrath as a faceless dormitory suburb in Düsseldorf's affluent commuter belt, the installation is intended to provide an inexpensive minimum of local identity.

Simulated installation from the 2010/11 winter term, unimplemented winning design from the *City Entrances* competition organized by Erkrath's Planning Department.







A photograph of a rural landscape featuring a vibrant green field under a blue sky with scattered white clouds. A dense line of green trees forms a horizon in the background. In the foreground, a yellow sign on a thin yellow post stands prominently. The sign has the German text 'WAS SCHWIMMT IN DER STILLE?' written in a bold, black, sans-serif font. The sign is positioned on the edge of a paved road, with some dry, brownish grass and weeds at its base.

WAS
SCHWIMMT
IN DER
STILLE?



JANA STENZEL
JONATHAN SEHLINGER

FLINGERN MITTE

URBAN RECOVERY FÜR EIN NIEMANDSLAND

ABSTRACT

Flingern Mitte gibt es gar nicht. Es handelt sich um ein paar Straßenzüge zwischen den beiden Vierteln Flingern Nord und Flingern Mitte, die von sehr unterschiedlichen Entwicklungen und sozialen Strukturen geprägt sind. Flingern Nord ist ein altes Arbeiterviertel, das mittlerweile gentrifiziert wurde, Flingern Süd liegt in Bahnhofsnähe, verfügt über schlechte Bausubstanz und beherbergt Familien mit Migrationshintergrund. An der Nahtstelle prallen die sozialen Verwerfungen aufeinander, die Menschen fühlen sich nicht geborgen und heimatlos, die Vernachlässigung des Umfelds färbt auf die Lebensqualität und das Identitätsgefühl der Menschen ab. Vor allem Kinder sind betroffen, die zwischen Müllcontainern, Alkoholikern und schäbigen Fassaden keinen Platz zum Spielen finden. Das Urban Recovery Projekt hat ein modulares Maßnahmenpaket entwickelt, um eine bürgernahe, identitätsstiftende und vor allem auch kostengünstige Lösung zur Verbesserung der Lebensqualität einzuleiten.

STATUS

Das Urban Recovery Projekt wurde von der Bezirksvertretung Flingern mit Begeisterung aufgenommen und befürwortet, die Stadt Düsseldorf unterstützt die Realisierung im Frühjahr 2012.

URBAN RECOVERY FOR A NO MAN'S LAND

There is no such place as Central Flingern. If it existed, it would constitute a few streets dividing the two districts of North Flingern and South Flingern, which have very different social structures and have developed very differently. North Flingern is an old working class district which has now been gentrified, while South Flingern is close to the railway station, has shabby housing and is home to families with migrant backgrounds. Where they meet, the social divide gapes wide open, people feel uncared for and uprooted, and the neglect of the environment rubs off on the quality of life and local identity. The children are affected most, finding no room to play among the rubbish skips, alcoholics and crumbling facades. The urban recovery project has developed a modular action package to initiate a grass-roots, identity-creating and above all cost-effective way of improving the quality of life.

The urban recovery project was received with enthusiasm by the Flingern district representatives, who pledged their support, and the City of Düsseldorf is to assist in its implementation in spring 2012.



Die Wetterstraße, eine vernachlässigte Spielstraße in Düsseldorf Flingern, ist für den Stadtteil von besonderer Bedeutung: Sie verbindet den gut situierten Norden Flingerns mit dem prekären Süden und kann als Knotenpunkt bezeichnet werden. In Flingern Süd beziehen deutlich mehr Menschen SGB II Leistungen (23,5%), als im Norden Flingerns (14,7%) und der Gesamtstadt Düsseldorf (10,7%). Der Süden weist des Weiteren einen größeren Anteil an Gewerbe- und Wasserflächen auf. Flingern Nord bietet hingegen mehr Wohnbau-, Verkehrs-, und Grünflächen als Flingern Süd und wirkt des Weiteren durch viele sanierte Altbauten attraktiver.

Wetterstrasse, a neglected play street in Düsseldorf's Flingern district, is of special importance to the area: It links the well-to-do north of Flingern with the run-down south, and can be regarded as a nodal point. Significantly more people in South Flingern (23.5 %) draw benefits than in North Flingern (14.7 %) and in Düsseldorf as a whole (10.7 %). Furthermore, the south has a greater proportion of industrial buildings and water courses. North Flingern, in contrast, has more building land, traffic infrastructure and green space than South Flingern, and its renovated old buildings give it a more attractive appearance.





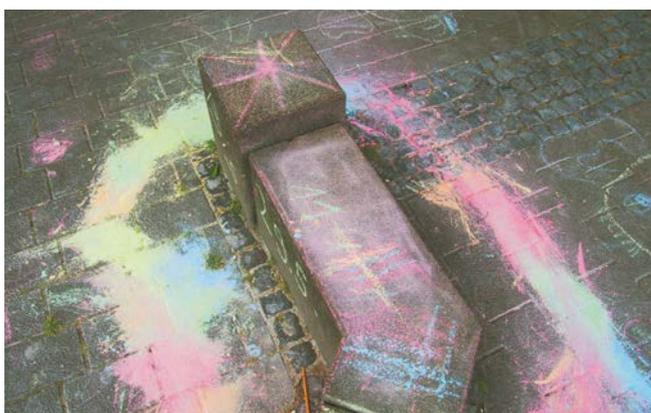


Als Pilotprojekt diente *Kreidezeit*. Diese fand am Samstag, dem 07.05.2011, in der Wetterstraße statt und lockte mit 10.000 Stück Kreide, die kostenlos an alle BürgerInnen Flingerns und Interessierte verteilt wurden. Die Möglichkeit den urbanen Raum individuell zu gestalten und Einfluss auf die farb- und trostlose Umgebung zu nehmen, traf auf Begeisterung und ein insgesamt sehr positives Feedback der Beteiligten.

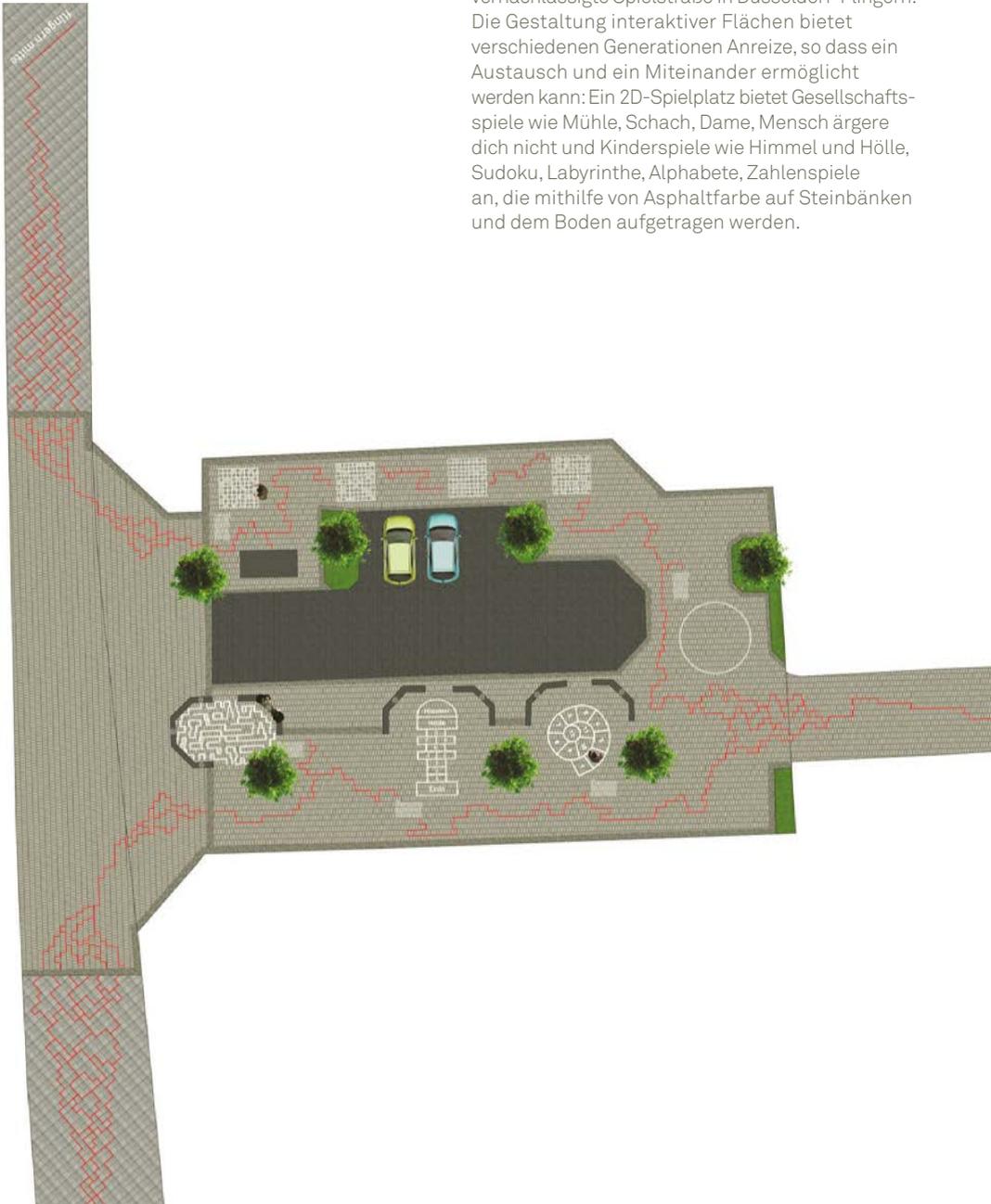
Kreidezeit served as the pilot project. It took place in Wetterstrasse on Saturday, 07 May 2011, and featured 10,000 pieces of chalk, given away to Flingern residents and anyone else who was interested. The opportunity to put an individual stamp on the urban environment and make a change to the drab and dreary surroundings was grasped with enthusiasm and on the whole very favourable feedback from those involved.



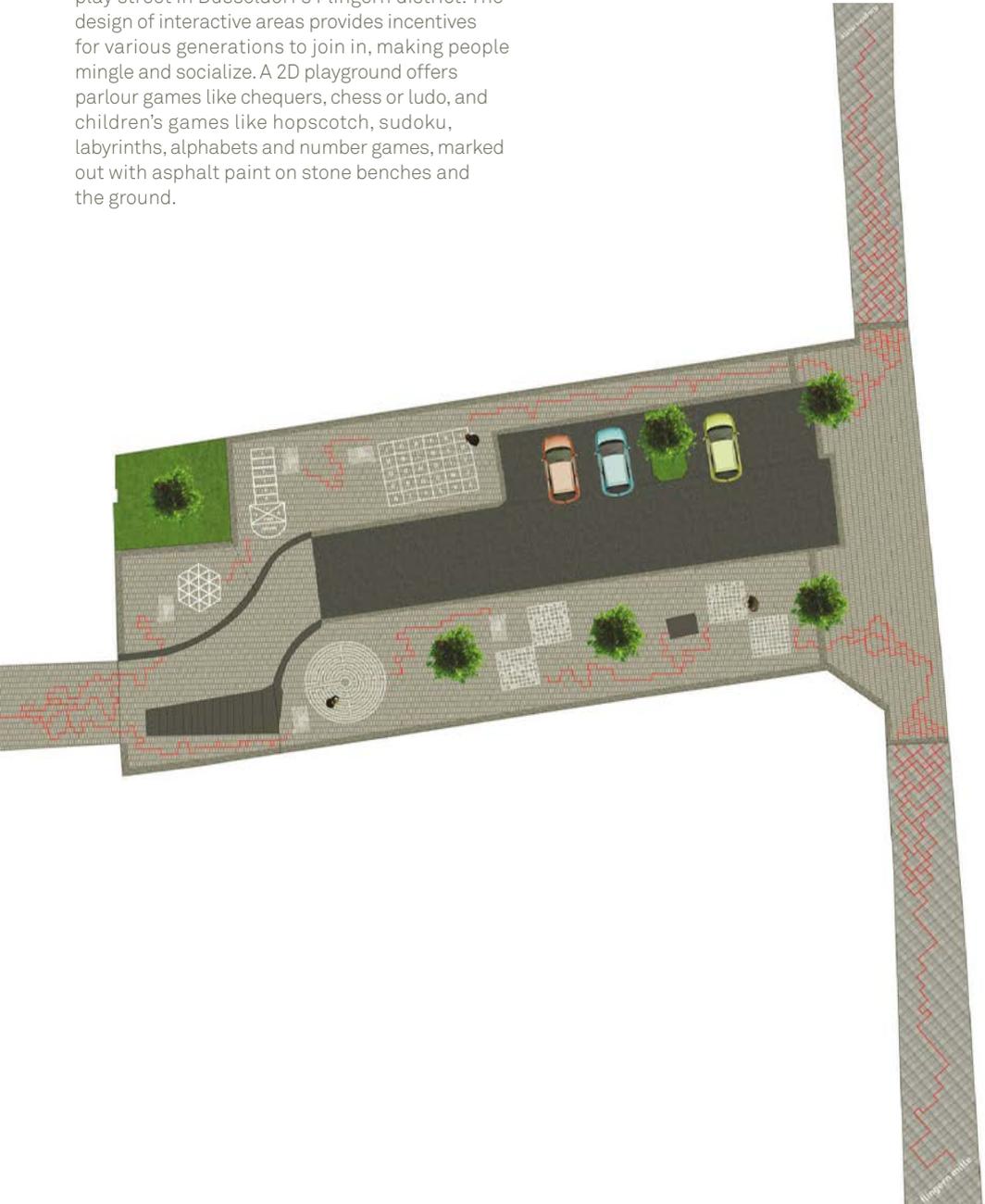




Das Urban Recovery Concept geht mit dem Neighbourhood-Branding einher: Ein aufzuwertender Ort wird markiert und benannt, z.B. als Flingern Mitte. Der Entfremdung zwischen Bürgern und Stadt soll entgegengewirkt werden. Als Pilotprojekt dient die Wetterstraße, eine vernachlässigte Spielstraße in Düsseldorf-Flingern. Die Gestaltung interaktiver Flächen bietet verschiedenen Generationen Anreize, so dass ein Austausch und ein Miteinander ermöglicht werden kann: Ein 2D-Spielplatz bietet Gesellschaftsspiele wie Mühle, Schach, Dame, Mensch ärgere dich nicht und Kinderspiele wie Himmel und Hölle, Sudoku, Labyrinth, Alphabete, Zahlenspiele an, die mithilfe von Asphaltfarbe auf Steinbänken und dem Boden aufgetragen werden.



The urban recovery concept goes hand in hand with neighbourhood branding. A location to be upgraded is delimited and named, for example as Central Flingern, to counteract the alienation of the residents from their city. The setting for the pilot project was Wetterstrasse, a neglected play street in Düsseldorf's Flingern district. The design of interactive areas provides incentives for various generations to join in, making people mingle and socialize. A 2D playground offers parlour games like chequers, chess or ludo, and children's games like hopscotch, sudoku, labyrinths, alphabets and number games, marked out with asphalt paint on stone benches and the ground.



KATHARINE CHRISTNACHT

FOOD SWAP

ESSEN TAUSCHEN STATT KAUFEN

ABSTRACT

Foodswapper sind Local Food Freunde, die untereinander Nahrungsmittel tauschen, im maximalen Radius von 60 Kilometern. Sie tun das aus drei Gründen: Erstens, weil der Carbon Footprint mit jedem Kilometer wächst und deshalb Nahrung aus der Nähe bevorzugt werden sollte. Zweitens, weil Nahrung aus der Nähe immer auch besonders frisch ist und drittens, weil eine sich selbst organisierende Kollaboration von Menschen mit gleichen Werten sich wechselseitig mehr vertrauen kann als der Lebensmittel-industrie. Getauscht werden kann alles, was in dieses Werteschema passt: Kürbis aus eigenem Gartenanbau, bio-dynamisch, oder Marmelade aus heimischen Kirschen, selbstgemacht. *Food Swap* will anregen und Lust machen auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, die Gemeinde der Öko-Bio-Local-Food Fans und auch die Urban Farmer und Gardener stärker vernetzen und last but not least auch einen ökonomischen Benefit für die Nutzer bieten: Hobby-Pflanzer und Selbstversorger können mehr Variation in ihren Speiseplan bringen, Biobauer und Gärtner erweitern ihr Publikum und auch das Repertoire.

STATUS

Ein Pilot mit regionalen Biobauern ist in Vorbereitung.

DON'T BUY FOOD – SWAP IT

Food swappers are friends of local food, who swap foodstuffs within their group in a maximum radius of 60 kilometres. They do that for three reasons: Firstly, because the carbon footprint grows with every kilometre, and therefore local food should be preferred. Secondly, because local food is also always fresh, and thirdly because people who share the same values and organize such a group trust each other more than they do the foodstuffs industry. Everything that fits into that scheme of values can be swapped: organic home-grown pumpkins, or home-made jam from local cherries. *Food Swap* is aimed at promoting and inviting the responsible handling of resources, networking the community of organic local food fans and also the urban farmers and gardeners more closely, and, last but not least, providing an economic benefit for the users. Hobby gardeners and self-sufficient households can add variety to their diets, and organic farmers can increase their audience and also their repertoire.

A pilot with regional organic farmers is in preparation.



www.foodswap.de

FoodSwap
 GUTEN TAGESCHWEMM STATT BUNDELN

Über diese Plattformen, sollen einen Tausch auf Lebensmittel aus, was an bestimmten saisonale Lebensmittel innerhalb eines Region zu tauschen.
 Wir empfehlen einen besonders umweltschonenden Baby von 35 km.

PLZ:

11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

**100% VITAMINE
100% ehrlich**

Frischer Kohl statt fette Kohle

Alle FoodSwap-Angebote sind kostenlos!
 Kontaktiere die Anbieter über Handy oder E-Mail.

Philosophie Impressum

http://www.foodswap.de

FoodSwap
 GUTEN TAGESCHWEMM STATT BUNDELN

10820

11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Die hier lokal produzierte Lebensmittel aus der Region des im Landkreis von 20 km ist gratis.

**100% VITAMINE
100% ehrlich**

Kartoffel statt Kapitalismus

Alle FoodSwap-Angebote sind kostenlos!
 Kontaktiere die Anbieter über Handy oder E-Mail.

Philosophie Impressum

http://www.foodswap.de/hauptangebote/gerichte

FoodSwap
 GUTEN TAGESCHWEMM STATT BUNDELN

10820

11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Die hier lokal produzierte Lebensmittel aus der Region des im Landkreis von 20 km ist gratis.

Eigentlich swap anbieten

FoodSwap-Angebote

- Gemüse
- Salat
- Obst
- Kräuter
- Eier
- Brotbackwaren
- Fleisch
- Fisch

**100% VITAMINE
100% ehrlich**

Vitaminbomben

Alle FoodSwap-Angebote sind kostenlos!
 Kontaktiere die Anbieter über Handy oder E-Mail.

Philosophie Impressum

http://www.foodswap.de/tauschangebote/gemuese/paprika

FoodSwap

ESSEN TAUSCHEN STATT KAUFEN

50825

01 10 20 30 40 50 60 (km)

Du hast lokal produzierte Lebensmittel aus der Region Köln (im Umkreis von 20 km) gewählt.



PlanetPaprika.
Tausche gegen alles. SMS an 0170-555666

Alle FoodSwap-Angebote sind kostenlos!
Kontaktiere die Anbieter über Handy oder E-Mail.

Vertrauensgemüse

[f](#) [r](#) Philosophie Impressum

http://www.foodswap.de/tausch_eintragen

FoodSwap

ESSEN TAUSCHEN STATT KAUFEN

Dein Gemüse-Swap

- Aubergine
- Bohnen & Erbsen
- Brokkoli
- Chili
- Fenchel
- Gurke
- Kartoffelw
- Knoblauch
- Kohl
- Kürbis
- Lauch
- Mais
- Mangold
- Möhre
- Paprika
- Pastinake
- Rüben
- Sellerie
- Spinat
- Tomate
- Wirsing
- Zucchini
- Zwiebel

Dein Beschreibungstext (max. 120 Zeichen)

Ich möchte gerne meine gelben Zucchini tauschen! Habe massig davon!!!
Meldet euch!
Mara@web.de

Wähle dein Swap-Angebot und gebe eine Kontaktmöglichkeit per Handy oder E-Mail an.

Alle FoodSwap-Angebote sind kostenlos!
Kontaktiere die Anbieter über Handy oder E-Mail.

Nicht rumgegurkt

[f](#) [r](#) Philosophie Impressum

FREMD

THE CHARACTER OF A CITY THROUGH THE DESIGNER'S EYE

ABSTRACT

Fremde Städte evozieren neue sinnliche Erfahrungen und individuelle Assoziationen bei allen Menschen. In der hier in Kurzform veröffentlichten komparativen Designstudie (Buch und Ausstellung) werden die Faktoren für die menschliche Wahrnehmung urbaner Umgebungen untersucht. Ziel der Studie war es herauszufinden, welche räumlichen, architektonischen und sensorischen Aspekte die Gefühle von Vertrautheit oder Fremdheit mit einer Stadt erzeugen. Am Beispiel dreier europäischer Städte (Liège, Nancy, Düsseldorf) wurden mögliche Faktoren wie Farbe, Form, Muster, Infrastruktur oder Architektur verglichen und untersucht. Die Designstudie belegt, dass unser ‚Image of a city‘ nicht allein durch Gebäude oder Infrastrukturen, sondern auch durch sinnliche Einflüsse geformt wird.

STATUS

Abgeschlossene Postgraduate Designstudie in Civic Design, Zurich University of the Arts, im Rahmen eines Auslandsprojektes

THE CHARACTER OF A CITY THROUGH THE DESIGNER'S EYE

Foreign cities and places evoke certain sensuous impressions and personal connotations in all of us. In a comparative design study (book and exhibition), factors influencing human perception of urban environments were investigated. The aim of the study was to find out which spatial, architectural and sensorial aspects provoke a feeling of foreignness or wellbeing in a city. Using the example of three different European cities (Liège, Nancy and Düsseldorf), colours, forms, patterns, infrastructure and architecture were compared as possible factors. It was found that our 'image of a city' is not only shaped by buildings or infrastructure, but also by sensuous aspects.

Completed postgraduate design study in Civic Design, Zurich University of the Arts, in the course of a project abroad.



HEUTE
Gastspiel





PANORAMA

Der Panoramablick zeigt das Ausmaß einer Stadt: ihre Größe, ihren Rhythmus und ihren Bau. „(...) Die Simultanität von Ausweitung und Reduktion, die Kontinuität der Sicht und (...) die Begrenzung des Horizontes“ (Brock, 1995, S. 71) gewähren einen Blick auf die Stadt, der distanzierter ist als unsere Alltagsbetrachtungen. Die Stadtsilhouette in der Panorama-Perspektive verdeutlicht beispielsweise infrastrukturelle Mängel auf einfache Weise. Eindrücke des Panoramas machen die verschiedenen baulichen Bestände sichtbar.

PANORAMA

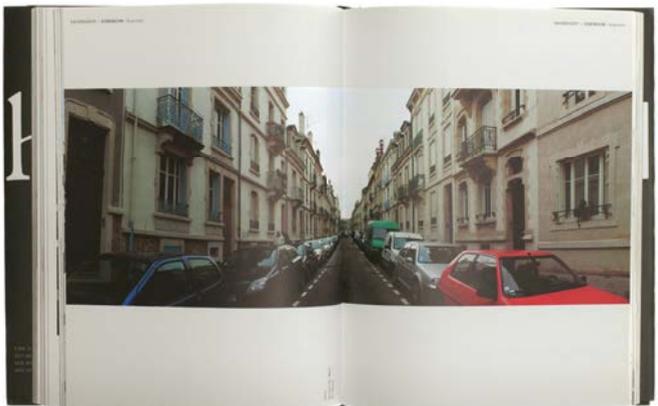
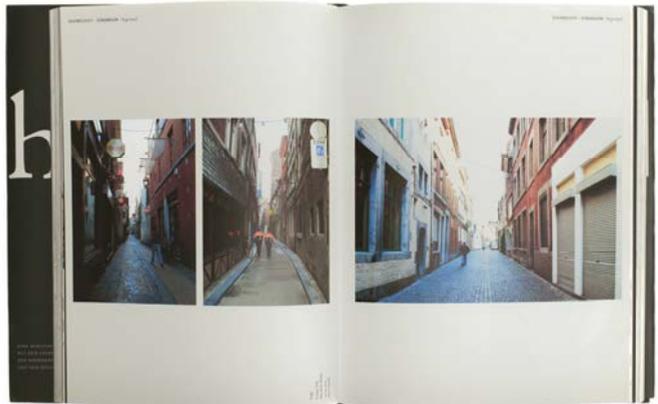
The panoramic view displays the extension of a city: its height, rhythm and building density. “(...) The simultaneity of extension and reduction, the continuity of sight and (...) limitation to the horizon” (Brock, 1995, p. 71) offer a more distant glance at the city than our close everyday-view. The silhouette of a city from a panoramic point of view can e.g. reveal infrastructural shortcomings more easily. The panoramic impressions illustrate different building policies.

DIMENSIONEN

Das urbane Leben ist nicht nur durch seine Tätigkeit, sondern auch durch seine Untätigkeit bestimmt. Passagen, Straßen, Gassen, Durchgänge oder Bauten formen das Stadtbild. Die Dimension des Raumes, Begrenztheit und Ausweitung wie Bauhöhe und Straßenbreite beeinflussen unsere räumlichen Empfindungen für die Stadt. „Wir schenken extrem breiten oder engen Straßen besondere Aufmerksamkeit.“ (Lynch, 1960, S. 65) Die räumliche Beschaffenheit löst in uns Gefühle von Schutz oder Verlorenheit aus.

DIMENSIONS

Urban life is not only constituted by activity but also by non-activity. Passages, streets, alleyways, clearances or buildings form the cityscape. The dimension of space, narrowness and extension e.g. the height of buildings and the width of streets affect our spatial perception of the city. "Streets that are extremely broad or narrow attract our attention" (Lynch, 1960, p. 65). Spatial conditions also provoke feelings of security or lostness.



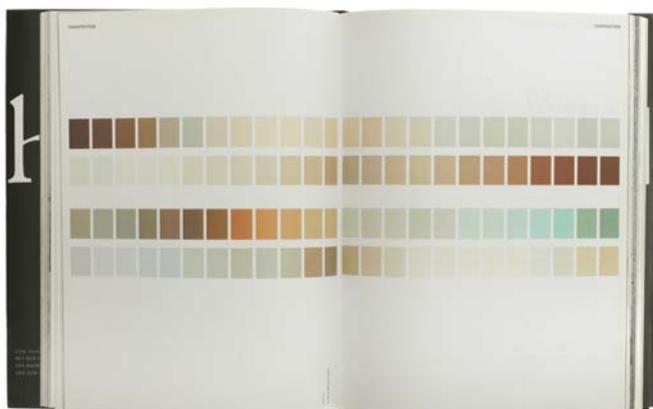
TERRITORIALES VERHALTEN

Der öffentliche Raum offenbart die Bewegungsmuster der Masse, die sich ihre eigenen Gebietsregeln schafft. Fußpfade und Abkürzungen entlang des öffentlichen Raumes definieren ‚Luftlinien‘. Diese Bewegungsmuster verdeutlichen die Nutzung des Stadtgebietes durch seine Einwohner als eine charakteristische ‚Fußnote‘ der jeweiligen Stadt. Gebrauch und Missbrauch von öffentlichen Plätzen durch die Einwohner kann ein Indikator für den allgemeinen Bedarf an Veränderung oder Zuteilung jener Räume sein.

TERRITORIAL BEHAVIOUR

Public spaces also reveal patterns of the moving masses who establish their own spatial rules. Footpaths and short cuts through public places define the 'shortest track'. These patterns of movement illustrate the inhabitants' use of urban spaces as a distinctive 'footnote' of a city. The use or misuse of public spaces and places by inhabitants can be an indicator for the public need of modification or appropriation of these spaces.









LARA WAHL

PARK & SMILE

IN KOBLENZ ZAHL'ICH GERN
FÜRS PARKEN

ABSTRACT

Frustrationsabbau am Parkautomaten, gelingt ein Lächeln am Abgrund des Ärgers über die steigenden Preise? Das Projekt versucht es mit zwei sehr einfachen Maßnahmen. Zunächst einmal kommuniziert der Automat jetzt mit seinem Kunden nicht bloß über Geld und Zeit. Er bedankt sich vielmehr für die empfangene Gabe und klärt mich darüber auf, dass ich meine Parkscheine wie Rabattmarken sammeln und gegen städtische Leistungen eintauschen kann, zum Beispiel gegen einen Schwimmbadbesuch. Er nennt kommunale Einrichtungen, die von meinem Parkeuro profitieren und lässt mich verstehen, dass mein Euro nicht in Taschen gieriger Bürokraten wandert, sondern die Straßenlaternen oder das Stadttheater finanziert. Dann lässt er dem Kunden die Wahl, in welchem Bereich er seine Rabattleistungen wahrnehmen möchte: Kultur, Sport oder Natur. Und schließlich spuckt er das Ticket aus, das man jetzt nie mehr wegwerfen muss, weil man es für den Besuch mit dem Patenkind im Zoo gut gebrauchen kann. Insgesamt eine hohe edukative Leistung zu sehr geringen Kosten, mehr Akzeptanz und Loyalität für die Kommune und hoffentlich auch öfter mal ein Lächeln.

STATUS

Projektskizze am Beispiel der Stadt Koblenz, die Realisierung wird angestrebt.

IN KOBLENZ, PAYING FOR PARKING IS
A PLEASURE

Reducing frustration at the ticket machine, raising a smile from the depths of despair about rising prices? The project attempts to do just that, in two very simple ways. Firstly, the machine communicates with its customers, and not only about time and money. Rather, it thanks them for the donation it has received and informs them that they can collect their parking receipts like coupons and exchange them for municipal services, such as a visit to the swimming baths. It names the local institutions which benefit from their parking fees and lets them know that their euros will not disappear into the pockets of greedy bureaucrats, but rather fund the street lamps or the city theatre. Then it provides the customers with a choice as to where they want to claim their discounts: culture, sport or nature. And finally, it produces the ticket, which they will never have to throw away again, as it can be used for a visit to the zoo with the godchildren. All in all, a highly educative service at very low cost, with a high level of acceptance and loyalty to the local administration, and with luck also a smile.

Project outline using the example of the City of Koblenz. Implementation pending.

frei, für die

2235
Uhrzeit

7:56

Traumfabrik.

Abreis bitte mitnehmen
Datum bezahlt bis Uhr

29.05.11 17:5

0,30 HBF NORD

Bezahlt Standort

PARK & SMILE





Plitsch, platsch ab ins kühle Nass.

| Parkschein-Nr. | 2235 | Abriss bitte mitnehmen! |
|---|----------------|--|
| Datum | Parkzeit endet | Uhrzeit |
| 29.05.11 | 17:56 | 29.05.11 17:56 |
| 0,30 HBF NORD | | 0,30 HBF NORD |
| Bezahlt Standort bitte von außen gut lesbar hinter die Windschutzscheibe legen. | | Bezahlt Standort PARK & SMILE |

Bühne frei, für die Traumfabrik.

| Parkschein-Nr. | 2235 | Abriss bitte mitnehmen! |
|---|----------------|--|
| Datum | Parkzeit endet | Uhrzeit |
| 29.05.11 | 17:56 | 29.05.11 17:56 |
| 0,30 HBF NORD | | 0,30 HBF NORD |
| Bezahlt Standort bitte von außen gut lesbar hinter die Windschutzscheibe legen. | | Bezahlt Standort PARK & SMILE |

Sie sind wahrhaftig ein edler Ritter.

| Parkschein-Nr. | 2235 | Abriss bitte mitnehmen! |
|---|----------------|--|
| Datum | Parkzeit endet | Uhrzeit |
| 29.05.11 | 17:56 | 29.05.11 17:56 |
| 0,30 HBF NORD | | 0,30 HBF NORD |
| Bezahlt Standort bitte von außen gut lesbar hinter die Windschutzscheibe legen. | | Bezahlt Standort PARK & SMILE |

Da tanzt die ganze Affenbande.

| Parkschein-Nr. | 2235 | Abriss bitte mitnehmen! |
|---|----------------|--|
| Datum | Parkzeit endet | Uhrzeit |
| 29.05.11 | 17:56 | 29.05.11 17:56 |
| 0,30 HBF NORD | | 0,30 HBF NORD |
| Bezahlt Standort bitte von außen gut lesbar hinter die Windschutzscheibe legen. | | Bezahlt Standort PARK & SMILE |

| | | | |
|---|-------------------------------|--|---|
| Plitsch, platsch ab | | ins kühle Nass. | |
| Parkschein-Nr. Datum | 2235 Parkzeit endet | 2235 Uhrzeit | Abriss bitte mitnehmen! Datum bezahlt bis Uhrzeit |
| 29.05.11 17:56 | | 29.05.11 17:56 | |
| 0,30 HBF NORD | | 0,30 HBF NORD | |
| Bezahlt Standort bitte von außen gut lesbar hinter die Windschutzscheibe legen. | | Bezahlt Standort PARK & SMILE | |

PARK & SMILE

SAMMELN STATT WEGWERFEN.

Sammeln Sie ihre Parkscheine und erhalten Sie Prozenze und Vergünstigungen für kommunale Einrichtungen.

Wenn Sie z.B. 14 blaue Parkscheine gesammelt haben, können Sie diese für eine Erwachsenen-Tageskarte im Wert von 3,50 € im Freibad Oberwerth einlösen. Da Sie die Stadt mit ihrem Parkscheinkauf unterstützen, möchten wir Ihnen danken und uns somit revanchieren. Weitere Informationen finden Sie auf der Internetseite.

www.parkandsmile.de



SÖREN LENNARTZ

PARK RAUM

EXEMPLARISCHES REDESIGN DER
PARKZONEN UND PARKGEBÜHREN IN
DÜSSELDORF

ABSTRACT

Parken ist ein leidiges Thema, dicht bepackt mit negativen Assoziationen. Autofahrer ärgern sich über mangelnden Parkraum in den Innenstädten, umständliche Parkplatzsuche und eine wenig transparente Struktur von Parkgebühren. Politessen ärgern sich über tägliche Beschimpfungen durch die Autofahrer, die sich schikaniert und ausgebeutet fühlen. Kommunen ärgern sich über mangelnde finanzielle Handlungsspielräume und müssen die Parkgebühren als wichtige Quelle zur Finanzierung des städtischen Haushaltes nutzen. Kann Design helfen, den Ärger zu reduzieren? In einer exemplarischen und skalierbaren Projektskizze wurden die Parkzonen in Düsseldorf entlang einer Nutzeranalyse neu definiert. Grundlage des Bewirtschaftungssystems waren keine abstrakten Daten über die soziodemographische Struktur der Anwohner, sondern vielmehr die realen Verkehrsströme in den hoch frequentierten Vierteln und Zeiten. Die Transparenz und marktwirtschaftliche Preisbildung des Systems soll für eine höhere Akzeptanz durch die Autofahrer sorgen und die Einnahmen der Kommunen gleichwohl verbessern.

STATUS

Wird in einer Diplomarbeit des WS 2011/2012 vertieft und soll Kommunen ab Frühjahr 2012 angeboten werden.

EXAMPLE REDESIGN OF PARKING ZONES
AND PARKING FEES IN DÜSSELDORF

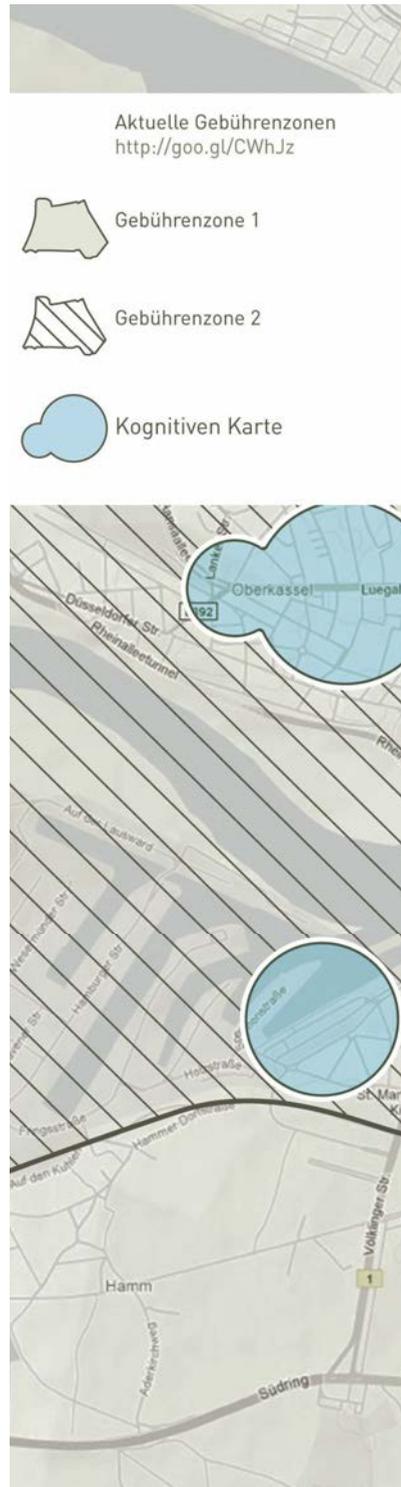
Parking is a tiresome topic, tightly packed with negative associations. Drivers get annoyed about the lack of parking space in inner cities, the time it takes to find a parking space, and the parking fees which seem arbitrary. Traffic wardens resent the daily abuse from drivers who feel harassed and exploited. Local authorities worry about financial constraints, and have to use parking fees as an important source of funding for the municipal budget. Can design help to reduce the annoyance? In a scalable example project outline, the parking zones in Düsseldorf are redefined on the basis of a user analysis. The management system was not based on abstract data on the socio-demographic structure of the residents, but rather on the real traffic flows in the highly frequented districts at the relevant times. The transparency and free market pricing in the system were intended to create a higher level of acceptance on the part of the drivers, and at the same time increase the income of the local authority.

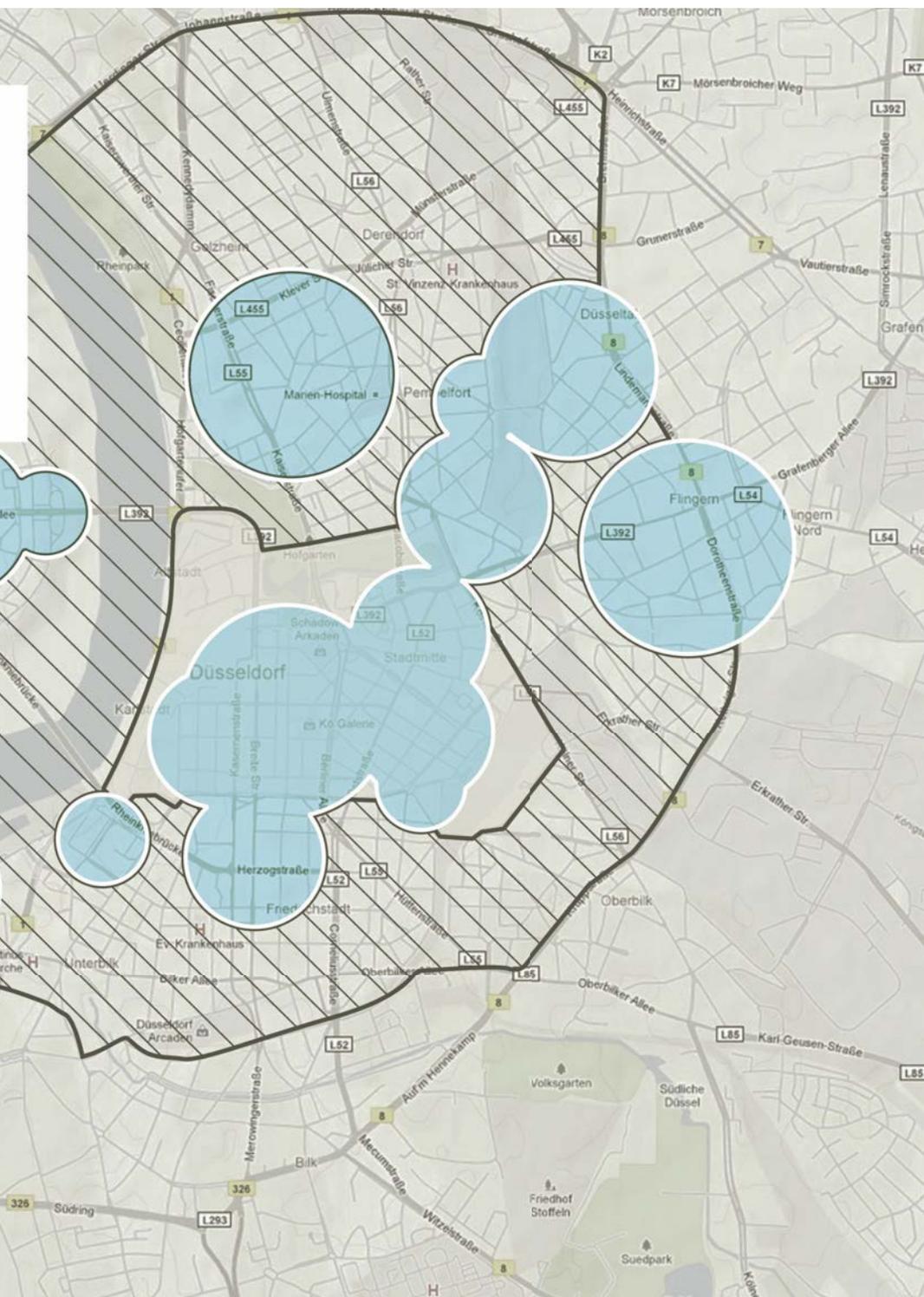
Under further development as a degree thesis in the 2011/2012 winter term, to be offered to local authorities from spring 2012 onwards.

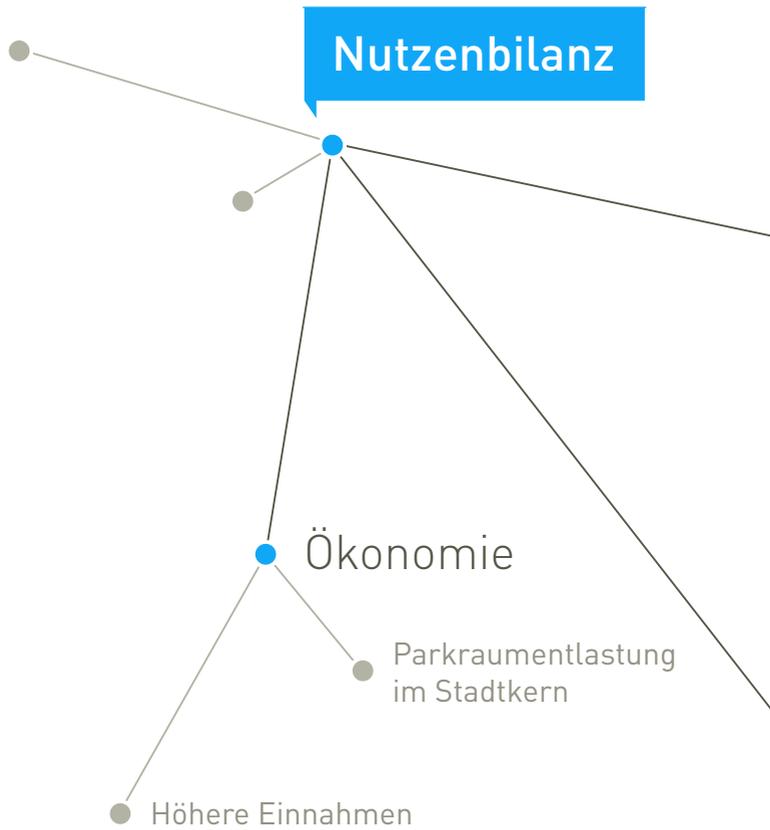


Aktuell werden die Parkgebühren der Stadt Düsseldorf in drei Parkzonen gestaffelt, die sich vom Stadtzentrum in drei Zonen ausdehnen, ohne jedoch die Mikrostrukturen der einzelnen Stadtbezirke zu berücksichtigen. Schon im Vergleich dieser Gebührenzonen mit einer einfachen kognitiven Karte verdeutlicht sich die Differenz zwischen einem geographischen Raum, der für den Bürger vorstellbar ist und den soziodemographischen Erhebungen, die nichts mit den realen Verkehrsströmen verbindet und so auch keinen Anhaltspunkt zur Orientierung bietet.

The parking fees in the City of Düsseldorf are currently staggered in three parking zones extending from the city centre, without taking any account of the microstructures in the individual districts. Even a comparison of these fee zones with a simple cognitive map reveals that there is a great difference between a geographical area which people can imagine and the socio-demographic surveys which have nothing to do with real traffic flows and are therefore of no use as a guide.

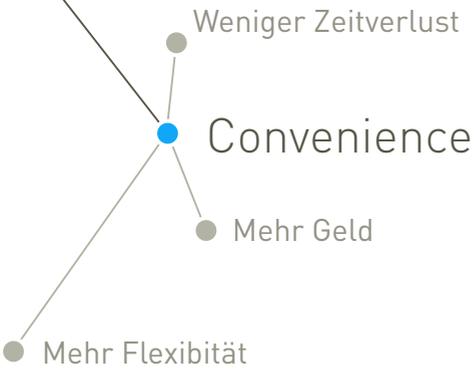
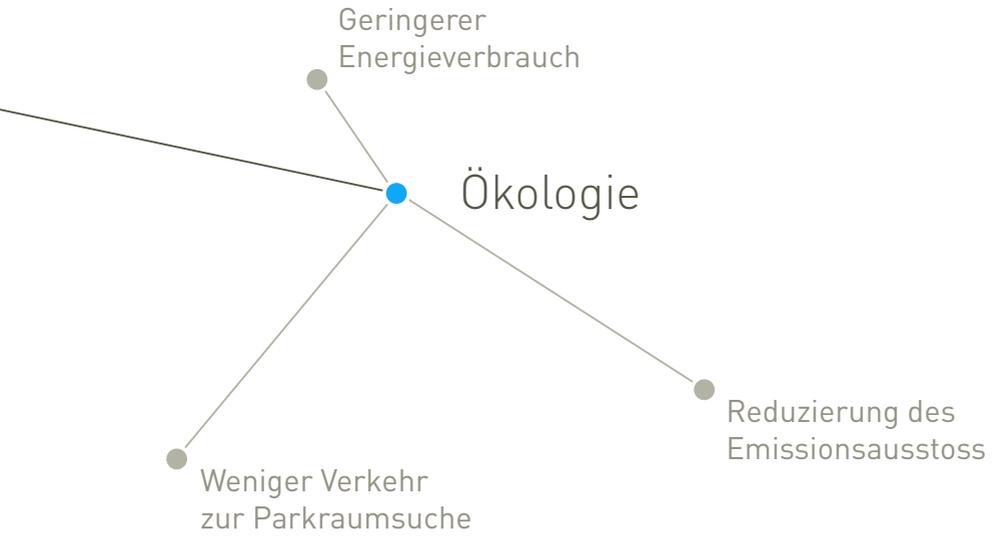






Annahmen zum Meinungsbild der Nutzergruppe bestätigten sich in einer Reihe von Interviews mit Autofahrern am Parkschein-automat. Besonders spiegelte sich ein hoher Frustrationsgrad über die Unwissenheit, was mit den Einnahmen aus Parkgebühren geschieht und wie sich die Höhe der Gebühren rechtfertigen ließe. Anhand einer Nutzenbilanz sollen daher Medien entwickelt werden, durch die der Mangel an Informationen beseitigt und die Akzeptanz gegenüber der Parkraumbewirtschaftung gesteigert werden kann.

Assumptions on the opinions of the user group were confirmed in a series of interviews with drivers at the parking meters, revealing a great amount of frustration from not knowing what is done with the income from the parking fees and how the fee levels are justified. A cost-benefit analysis was therefore to be used to develop media to correct the lack of information and increase acceptance of the parking space management system.



Prinzip zur Parkzonenbildung am Beispiel der Nordstraße im Stadtteil Pempelfort

Im Einzugsgebiet der Nordstraße haben sich - außer einem guten Baumarkt - zahlreiche Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomiebetriebe niedergelassen. Zum Parken bedarf es daher Glück, solange niemand die doppelt so teuren Parkhäuser nutzen möchte.



Am Dreieck

Venloer Straße

Sternstraße

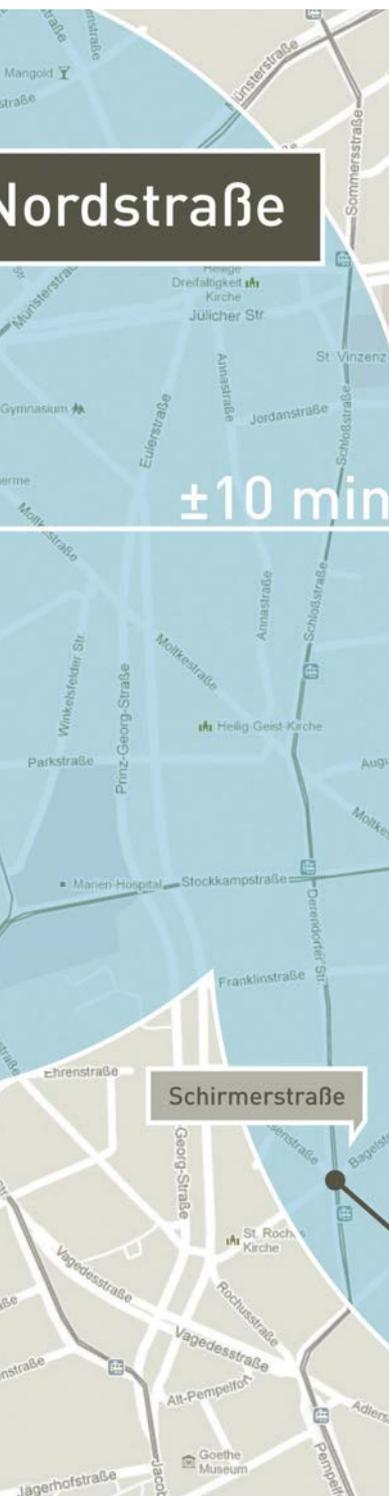


Haltestelle (ÖPNV)



Parkhäuser verdienen durchschnittlich 1,20€ an jeder angefangene Stunde.

Uns dienen die Parkhäuser einfach als Indikatoren für mangelnden Parkraum.



Parkplatzsuchverkehr schadet nicht nur der Umwelt, er kostet auch Geld. Einen kurzen Fußweg nimmt man in Kauf. Aber schon bei geringer Einkaufslast müssen die Anreize sichtbar sein, um auf die Fahrt bis in den Stadtkern zu verzichten. Neben höheren Ausgaben für das Parken auf der Einkaufsstraße sind das der geringere Kraftstoffverbrauch, die eigene Gesundheit und ein grünes Gewissen. Schließlich ist Gehen gesund, kostet nichts und ist gut für die Umwelt. Gewinnt der Fußmarsch zunehmend an Popularität, scheidet unser Vorhaben jedoch meist an mangelnder Kenntnis kurzer Fußwege und Einstiegsmöglichkeiten in Bus und Bahn. Die neuen Gebührenzonen generieren sich daher entlang kognitiver Karten. Zum Mittelpunkt einer Zone wird eine Haltestelle des öffentlichen Nahverkehrs erhoben, von dem eine Wegstrecke von ± 10 min als Radius zur Definition der neuen Gebührenzone 1 gezogen wird. Außerhalb dieser Zone – ist das Parken natürlich günstiger – liegt Gebührenzone 2.

Driving around searching for a parking space not only harms the environment, but also costs money. A short walk is usually acceptable. But even with a small amount of shopping, there must be visible incentives to persuade people not to drive right into the city centre. Together with greater expense for parking in the shopping streets, these comprise lower fuel consumption, health considerations and a green conscience. After all, walking is healthy, costs nothing, and is good for the environment. Even if walking gains in popularity, though, the intention is usually frustrated by a lack of knowledge about short routes on foot and the opportunities to take buses or trains. The new fee zones are therefore generated on the basis of cognitive maps. A public transit stop is designated as the centre of a zone, with a radius of ± 10 minutes from that point defining the new fee zone 1. Outside that zone is fee zone 2, where parking is of course cheaper.

Versteigerung

Gebührenzone 2

Günstig parken, wo keine Nutzergruppen konkurrieren
Die Gebührenzone 2 erstreckt sich über die ganze Stadt

Gebührenzone 1

Parkstreifen und Buchten werden versteigert.

Zur dynamischen Preisbildung an den hoch frequentierten Parkstreifen und Buchten der Einkaufstraßen werden diese versteigert. Bleibt eine Parkbucht länger unbesetzt, so sinkt auch die Parkgebühr, die an einer digitalen Eieruhr herunterläuft, bis auf die reguläre Gebühr der jeweiligen Parkzone.

For dynamic pricing at the highly frequented roadside spaces and bays in the shopping streets, the spaces are auctioned. When a parking space remains unoccupied for a certain time, the parking fee is reduced by a digital timer down to the regular charge for the relevant parking zone.

BENJAMIN NAST
NADINE NEBEL
THOMAS QUACK

PFAND FINDER

WIE DESIGNER EINEN DREIFACHEN
GESELLSCHAFTLICHEN MEHRWERT HEBEN

ABSTRACT

Flaschensammler sind unbeliebt und werden häufig mit Asozialen gleichgesetzt, obwohl sie ehrliche und gesellschaftlich nützliche Arbeit leisten. Soziale Akzeptanz zwischen solchen Bürgern, die keine Zeit oder Lust haben, sich um Pfandgut zu kümmern, und solchen, die es gerne sammeln, um sich ein Zubrot zu verdienen, ist nicht gegeben. Gleichzeitig werden jährlich mehr als eine Milliarde Pfandflaschen nicht zurückgeführt und landen auf der Müllhalde anstatt bei den Pfandsammlern. Diese hätten sich über den Gegenwert von rund 175 Millionen Euro sicherlich gefreut, aber so verbleibt das Geld als stiller Gewinn bei den Handelsunternehmen. Auch ökologisch ist der heutige Zustand wenig effizient, weil Pfandflaschen, die weg-
geworfen werden, obwohl sie noch weitere Umläufe absolvieren könnten, unnötige CO₂ Emissionen verursachen und außerdem das sortenreine Recycling von Sekundärrohstoffen erschweren. Das *Wertsystem Pfandfinder* will diese Missstände beseitigen helfen und bietet Kommunen ein modulares Angebot zur Verbesserung des sozialen Zusammenhalts, der Ökobilanz und der Ökonomie sozial schwacher Familien.

STATUS

Ein Pilotprojekt in Köln wurde im Rahmen der Bachelorarbeit aus dem SS 2011 mit hoher Resonanz von Bürgern und Medien durchgeführt. Folgeprojekte sind in Planung.

HOW DESIGNERS CREATE TRIPLE ADDED
SOCIAL VALUE

People collecting deposit bottles are unpopular and frequently assumed to be antisocial elements, although they perform honest work which is useful to society. There is no social acceptance between the people who have no time or cannot be bothered to return deposit bottles and those who collect them to supplement their income. At the same time, over a billion deposit bottles each year are not returned and end up in the landfill instead of with the deposit collectors. They would surely have been delighted by the exchange value of around 175 million euros, but as it is the cash remains in the hands of the dealers as added profit. From an ecological point of view, too, the present circumstances are not particularly efficient, as deposit bottles which are thrown away although they could be refilled several times more cause unnecessary CO₂ emissions and also impede mono-fraction sorting of secondary raw materials. The *Wertsystem Pfandfinder* (Deposit Hunter Value System) is aimed at correcting this deficiency and provides local authorities with a modular toolbox to improve social cohesion, product life cycles and the financial circumstances of lower income families.

In the context of a degree thesis in the 2011 summer term, a pilot project was performed in Cologne with considerable response from residents and the media. Follow-up projects are planned.







Das Pfandfindersystem ist modular angelegt und bietet fünf Maßnahmengruppen, die je nach den Anforderungen in den Kommunen kombiniert werden können: Pfandpunkt, Pfandbuch, Pfandseite, Pfanddienst und Pfandbaum.

The deposit hunter system is modular, offering five methods which can be combined to suit the requirements of local areas: deposit points, deposit books, deposit websites, deposit services and deposit trees.





Der Pfandpunkt ist eine Installation im öffentlichen Raum. Sie informiert über die Zustände und was man daran ändern sollte, lädt zum Dialog ein und bildet den Startpunkt der Pfandfinder-Einführung. Hier werden Pfandbücher, -taschen, -flaschen und -beutel ausgegeben. Im städtischen Umfeld des Pfandpunktes und in anliegenden Vierteln werden kleine Köder ausgesetzt, die Aufmerksamkeit erregen und die Bürger zum Pfandpunkt führen sollen. Als Köder wurden volle und leere handelsübliche Pfandflaschen mit Aktionsetiketten überklebt.

The deposit point is an installation in a public area, providing information on the current state of affairs and indicating what should be changed. It is an invitation to enter into a dialogue, and is the starting point for the introduction of the deposit hunter scheme. Deposit books, bags and bottles are issued there. Bait – in the form of standard deposit bottles, both full and empty, bearing campaign labels – is laid out in the urban vicinity of the deposit point and the adjacent districts to attract attention and guide people to the deposit point.



Das Pfandbuch wird an freiwillige Pfandsammler ausgegeben, die hier über ihre Rechte bei der oft verweigerten Annahmepflicht des Handels aufgeklärt werden, Informationen und Tipps für ihre Arbeit und einen Veranstaltungskalender finden. Das Buch hilft dem Pfandsammler, seine Effizienz zu steigern und mehr Geld in Richtung Mindestlohn zu verdienen. Außerdem soll es ihm den Rücken stärken, wenn er im Supermarkt mal wieder Hausverbot erteilt bekommt, weil er 100 Flaschen einlösen wollte. Für diesen Fall hält das Pfandbuch einen Musterbrief der Verbraucherzentrale zur ‚Rückgabeverweigerung Einwegpfand‘ bereit.

Deposit books are issued to volunteer deposit hunters, providing information on their rights should shopkeepers – as often happens – refuse to take deposit bottles, further tips for their work and a calendar of events. The book helps the deposit hunters to become more efficient and increase their income towards a minimum living wage. And they provide back-up for when the hunters are once again banned from a supermarket for wanting to redeem the deposits on 100 bottles, in the form of a sample letter from the consumer advice centre on ‚Refusal to pay out deposits‘.





Auf der Website können sich Pfandsammler und Pfandflaschen entsorgende Bürger registrieren und Informationen austauschen. Bürger können ihre Flaschen in den Pfandbeuteln auf die Straße stellen oder abholen lassen. Pfandsammler sehen neue Quellen und sorgen für einen schnellen Service und eine saubere Stadt.

On the website, deposit hunters and people wishing to dispose of deposit bottles can register and exchange information. Residents can put their bottles out on the street in deposit bags, or have them collected. Deposit hunters can discover new sources and provide a rapid service leading to a clean city.



Pfandbäume erleichtern Pfandsammlern die Arbeit, weil sie nicht mehr in stinkenden Mülleimern wühlen müssen. Sie sollen gleichzeitig das Bewusstsein fördern, dass es sich bei Pfandflaschen gerade nicht um Abfall handelt, sondern im Gegenteil um Wertgegenstände, die anderen Mitbürgern wertvoll genug sind, um sie zum Wohl der Umwelt und zur Verbesserung der eigenen Lebensumstände einzusammeln und rückzuführen. Pfandbäume sind kleine Menetekel einer möglichen gesellschaftlichen Wertschöpfung: mit den 175 Millionen Euro Pfandschlupf könnten mehr als 15.000 sozial schwache Familien würdig leben.

Deposit trees make the deposit hunters' work easier, because they no longer have to rummage in stinking rubbish bins. At the same time, the deposit trees increase consciousness that deposit bottles are not waste, but rather resources which other people find valuable enough to collect and return for the benefit of their own circumstances and the environment. Deposit trees are the writing on the wall for potential added social value: Over 15,000 low income families could live in dignity on the 175 million euros in lost deposits.





ZIT: www.ruhrnachrichten.de

Über das Projekt konnte Deutschlands erfolgreichster Pfandsammler als Partner und Botschafter für die *Pfandfinder* gewonnen werden. Gemeinsame Aktionen und Straßenpromotions wurden von der lokalen Presse intensiv begleitet.

Germany's most successful deposit collector was won over by the project as a partner and ambassador for the deposit hunters. Joint campaigns and street promotions attracted considerable interest from the local press.



ZIT: www.zdf.de

**13 000 Euro
in 30 Tagen**

Dossensammler machte ein Vermögen

Mit der Jagd nach „Bodenschätzen“ erwirtschaftete sich Ex-Obdachlose Eduard Lünig (48) ein eigenes Wohnmobil

Von COLIA SCHLIEWA
und LISA TRILLING

Düsseldorf – Das Geld liegt auf der Straße. Das oberschweizer: Er sammelte sich sage und schreibe 13 000 Euro an Flaschen- und Dosenpfand zu sammeln – in nur 30 Tagen!

Kleinvieh macht auch Mist. Niemand weiß das besser als Eduard Lünig. Als er 2009 obdachlos wurde, machte er seine Not zur Tugend. „Ich besaß Pfandflaschen zu sam-

mein, wollte mich da selbst wieder raus holen“, sagt Lünig. Schnell erweiterte der Pfandsammler seine Geschäftsidee von den Straßen auf Großveranstaltungen wie Musikfestivals, Sportevents und Volksfeste. „Bei Rock am Ring habe ich 100 Euro Eintritt bezahlt und bin mit Pfand für 1500 Euro rausgegangen“, sagt er. „Ich war total überrascht, wie viel Geld man damit machen kann.“

Kann man wohl sagen – nach einem Monat fleißigen Sammelns standen 13 000 Euro zu Buche. „Für 7900 Euro habe ich mir dann erstmal einen Traum erfüllt und ein gebrauchtes Wohnmobil gekauft.“

Die drei Düsseldorf-Designerstudenten Thomas Quack, Nadine Nebel und Benjamin Nast fanden die Idee des Pfandsammlers so gut, dass sie ihm zuletzt eine Projektarbeit widmeten.

Sie entwickelten Möglichkeiten, um das Pfandgeschäft anzukurbeln und noch lukrativer zu gestalten. Thomas Quack: „Wir haben ein Internetsportal mit den Eventkalender für Sammler geschaffen, um das Ganze besser zu organisieren. Jeder der sein Pfand loswerden will, kann darin inserieren und mit den Sammlern Kontakt aufnehmen.“

Die Professoren honorierten das soziale Engagement bei der

Ausstellung der Abschlussarbeiten zuletzt mit einer glatten Eins.

Unterdessen schrieb Lünig seine Memoiren in einem Buch (Mit Dossenspiel zum Wohnmobil*) nieder. Trotz dieser Nebentätigkeit geht für den Sammler der für seine Tätigkeit übrige auch ausständig Strau- em zählt, die Sache nach den „Bodenschätzen“ weiter. Nur im Winter macht er Pause. Dann schreibt er an seinem nächsten Buch. Das bezeichnet er aber eher als „brodlose Kunst“. „Vom Sammeln kann ich doch viel besser leben. Außerdem habe ich mir bereits ein neues, besseres Wohnmobil be-

stellt.“



Eduard Lünig mit Studentin Nadine Nebel vor seinem Wohnmobil. Foto: Bernd Obermann

JOHANNES LONCAREVIC
SYLVIA SKARBEK

RUHR LANDSEE

RADIKALE PROBLEMLÖSUNG FÜR EINE STRUKTURSCHWACHE REGION

ABSTRACT

Wie gestaltet man Zukunft für eine strukturschwache Region? Indem man auf die Grundlagen schaut. Im Zentrum des Ruhrgebiets liegt eine Senke, die durch den Abbau von Steinkohle entstanden ist. Über 100 Pumpwerke halten den Grundwasserspiegel zu jährlichen Kosten von über 100 Millionen Euro künstlich niedrig. Die Designer haben diese Pumpen theoretisch abgeschaltet und gemeinsam mit dem Geologischen Institut den natürlich entstehenden See vermessen, entworfen und gestaltet. Die konkrete Utopie des *Ruhrlandsees* interessiert sich vor allem für die Bildung neuer Arbeitsplätze und Wirtschaftsstrukturen, dann für die ökologische Erneuerung und schließlich mit dem Prozess der Überzeugung von Politik und Bürgern. *Ruhrlandsee* simuliert ein Magazin zum zehnjährigen Jubiläum des *Ruhrlandsees*, in dem die Transformation aus der Retrospektive kommentiert wird und entwickelt eine Kampagne zur Mobilisierung der Bürger. Last but not least hat *Ruhrlandsee* selbstverständlich auch ein Erscheinungsbild vorzuweisen.

STATUS

Diplomarbeit mit hoher Medienresonanz in der regionalen Presse, spürbarer Sympathie im Rheinland und vernichtendem Totschweigen im Ruhrgebiet.

RADICAL SOLUTION FOR A STRUCTURALLY WEAK REGION

How can one design the future of a structurally weak region? By going back to its roots. At the centre of the Ruhr region, there is a hollow caused by coal mining. Over 100 pumping stations keep the groundwater level artificially low at an annual cost of over 100 million euros. The designers theoretically switched those pumps off and, together with the Geological Institute, designed and surveyed the naturally created lake. The utopia of the *Ruhrlandsee* is concerned above all with the creation of new jobs and economic structures, then with ecological renewal, and finally with the process of persuading politicians and residents. The *Ruhrlandsee* is simulated in a magazine on its 10th anniversary, in which the transformation is commented upon from a future perspective and a campaign to mobilize public support is developed. Last but not least, the *Ruhrlandsee* of course also has a corporate image.

Degree thesis with great media response in the regional press, tangible sympathy in the Rhineland and deadly silence in the Ruhr.



ILLUSIONSPUMPEN

Es sind drei gigantische Pumpensysteme, die das Ruhrgebiet über Wasser halten. Das größte davon pumpt Geld in Form von Subventionen bei Bund und Land, rund 100 Milliarden Euro zwischen 1980 und 2003, bis 2018 noch einmal rund 40 Milliarden dazu. Trotz dieser gewaltigen Pumpleistung ist die Substanz der Region nicht besser, sondern schlechter geworden in diesen drei Jahrzehnten: Die Städte schrumpfen immer mehr, die Arbeitslosigkeit ist höher denn je und die demographische Struktur wird täglich aussichtsloser, weil die jungen Leute fortziehen.

Dieser ernüchternden Realität entziehen sich die Einwohner des Ruhrgebiets durch organisierten Selbstbetrug mit Hilfe eines zweiten künstlichen Lebenserhaltungssystems, sogenannten Illusionspumpen, die für einen steten Zustrom an Selbstwertgefühl sorgen, sei es durch Imagekampagnen (Der Pott kocht), durch Autosuggestion (die pulsierende Metropolregion) oder durch Prestigeprojekte aller Art, finanziert von der großen Pumpe. Mit der Europäischen Kulturhauptstadt Ruhr 2010 tritt das Ruhrgebiet jetzt in eine neue Phase des freiwilligen Realitätsverlustes. Wie relevant und attraktiv die Region auf einer europäischen Spielfläche wirklich ist, belegt wohl eher die Schätzung der Anzahl ausländischer Besucher für das komplette Programm der Kulturhauptstadt im gesamten Jahr 2010, die weniger als 60.000 internationale Gäste prognostiziert.

Das dritte Pumpensystem ist untypisch für das Ruhrgebiet, weil es nichts herein, sondern heraus pumpt. Genauer gesagt: 900 Millionen Kubikmeter Wasser pro Jahr, die siebzügfache Menge des Baldeneysees. Es besteht aus über 100 Pumpenwerken, die zu jährlichen Kosten von 105 Millionen Euro den Grundwasserspiegel in einem abgesackten Land künstlich niedrig halten. Ohne sie würde auf einer Fläche von etwa 72 Quadratkilometern zwischen der Neuen Mitte Oberhausen und der Cranger Kirmes ein natürliches Gewässer entstehen, bis zu zwölf Meter tief. Johannes Loncarevic und Sylvia Skarbek schlagen in ihrer erstklassigen Diplomarbeit jüngst vor, dieses dritte Pumpensystem abzuschalten und die natürliche und vor allem eigene Ressource des *Ruhrlandsees* als Lebensraum und Erwerbsquelle auszugestalten. Sicherlich, es müssten vielleicht 60.000 Haushalte umgesiedelt werden, aber der Wert der neu entstehenden Ufergrundstücke allein würde die vernichteten Immobilienwerte mehr als kompensieren. Der See bietet eine perfekte Synthese aus regionalem Konjunkturprogramm und nachhaltiger Ökologie, vor allem aber den Vorzug, dass er Realität ist. Jenseits von Pump, Pumpen und Illusionspumpen böte sich hier für das Ruhrgebiet die Chance zur Substanz aus eigener Kraft.

Rainer Zimmermann

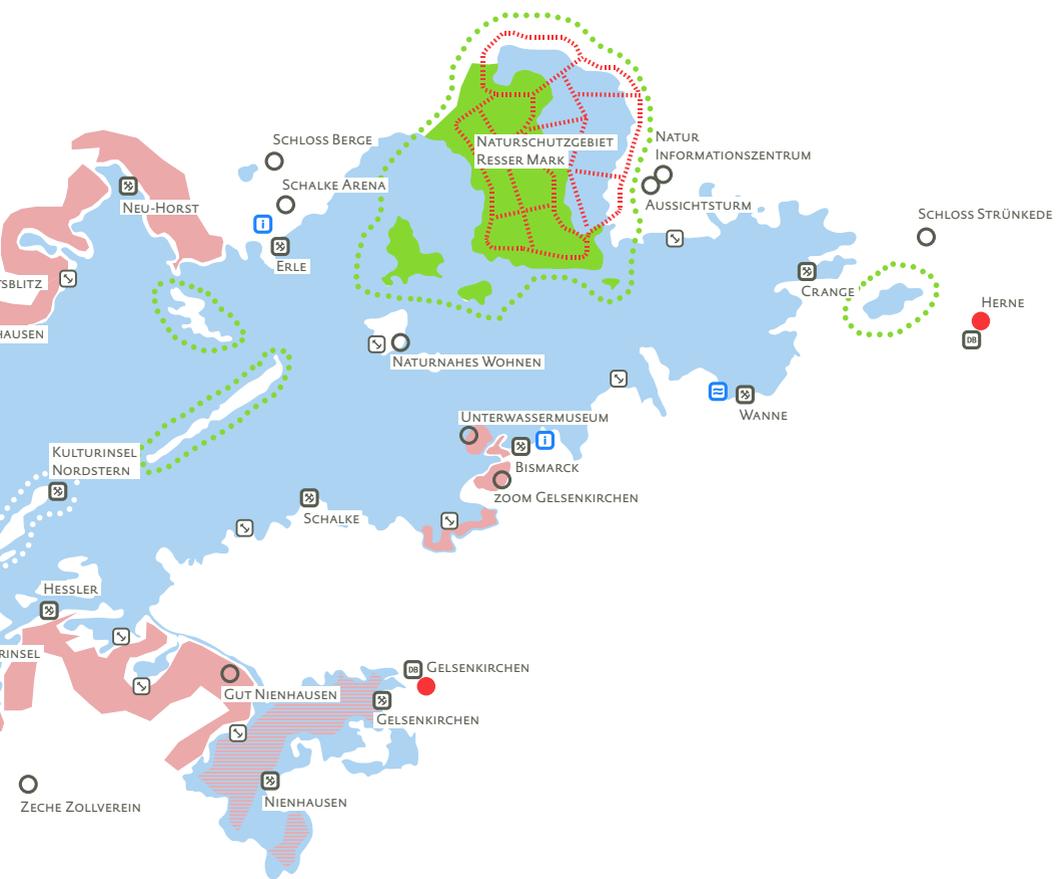
ILLUSION PUMPS

There are three gigantic pumping systems which keep the Ruhr region above water. The largest of these systems pumps cash in the form of subsidies from the federal and state governments, around 100 billion euros between 1980 and 2003, and approximately 40 billion more up to 2018. In spite of this massive pumping power, the substance of the region has not become better, but worse, in these three decades: The cities are shrinking more and more, unemployment is higher than ever, and the demographic structure is becoming more desperate day by day as the young people move away.

The residents of the Ruhr region evade this sobering reality by means of organized self-deception with the aid of a second artificial life support system, illusion pumps, which ensure a continuous inflow of self-esteem, whether by image campaigns, autosuggestion or prestige projects of all kinds, financed by the great pump. With Ruhr 2010 as the European Cultural Capital, the Ruhr is now entering a new phase of voluntary reality loss. Just how relevant and attractive the region actually is on a European scale is surely better indicated by the estimate of foreign visitors to the complete programme of Cultural Capital events in the entire 2010 year, which forecast fewer than 60,000 international guests.

The third pumping system is atypical of the Ruhr, because it pumps out rather than in. What it pumps out is 900 million cubic metres of water per annum, seventy times as much as the Baldeneysee in Essen holds. It consists of over 100 pumping stations, which keep the groundwater level in this sunken region artificially low at an annual cost of 105 million euros. Without it, a natural body of water, up to twelve metres deep, would cover an area of around 72 square kilometres from the new centre of Oberhausen to the Crange Fair. In their first class degree thesis, Johannes Loncarevic and Sylvia Skarbek recently proposed switching off this third pumping system and fitting out the natural and above all unique resource of the *Ruhrlandsee* as a habitat and source of income. Admittedly, around 60,000 households might have to be relocated, but the value of the newly created lakeside plots alone would more than compensate for the property destroyed. The lake is a perfect synthesis of a regional economic promotion programme and sustainable ecology, and above all has the advantage of being reality. Beyond subsidies, pumps and illusion pumps, it would provide the Ruhr with an opportunity to regain substance under its own steam.

Rainer Zimmermann





MITTEN IM RUHRLANDSEE

Mai 2019
Ausgabe N° 03/2019
Initiative für Städtebau, Wohnen,
Design, Kultur und Sport
des Ruhrlandsees

51°31'N 7°2'E

THW UND FEUERWEHR
VON HARTZ IV ZU ADLER II
U2 AM RUHRLANDSEE
NA? BUCCO!
SUPER WOHNEN
SEGELNDE KUMPEL



MIT DEM BOOT ZUR SCHULE

SEELEBEN DAS INTERNAT RUHRLANDSEE VERZEICHNET STEIGENDE ANMELDUNGEN. SCHULLEITER KARL VESTEN ERZÄHLT, WARUM ES ETWAS BESONDERES IST, AUF DER INSEL ABITUR ZU MACHEN. INTERVIEW FRANZISKA LANGE FOTO FRANK WEBER

18

Das Internat Ruhrlandsee zeichnet steigende Anmeldezahlen. Auch die Finanzlage ist stabil, so dass Schulleiter Karl Vesten auf das vor allem von ihm getragene Konzept eines Inselinternats stolz sein kann. Die Abgeschlossenheit und gleichzeitige Zentralität sei ein großer Vorteil. Ist ein Schüler mal krank, kann er bei seinen Eltern unterkommen, was sehr zur schnellen Genesung beiträgt. Das Fehlen von Ablenkungen aller Art führt wiederum zu einer größeren Lerneffizienz. Die erste Generation von Schülern, die das Internat seit der fünften Klasse besucht hat, wird in diesem Jahr entlassen. Stolz sind vor allem die ersten Abiturienten auf ihre Schule und ihre Insel. Sie haben viel Zeit auf der Insel verbracht und sind Vorreiter vieler kommender Schülergenerationen. Sie waren die ersten, die sich ihre Lieblingsplätze auf der Insel erobert haben, und davon haben alle Schüler welche. „Ich konnte von einer Stelle aus das Haus meiner Eltern sehen. Manchmal war das eher traurig, aber oft fand ich es beruhigend zu wissen, dass meine Mutter ganz in der Nähe ist. Manchmal hat sie mir während eines Telefonates ein paar Lichtzeichen mit der Wohnzimmerlampe gemacht. Das war immer sehr schön,“ so Martin, der im Anzug zum Anleger eilt, um Oma und Opa abzu-

holen, die ebenfalls der Zeugnisvergabe beiwohnen werden. Es sind auch Vertreter aus der Politik da. Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Hans-Peter Bröhl ist da und spricht vor allem über die wirtschaftlichen Vorteile des Sees. Er hofft, dass die erste Generation auf dem Ruhrlandsee geschulter Menschen auch in der Region ihr Studium beginnen und dabei sein wird, wenn das Ruhrgebiet international mitspielt. „Mich freut nicht nur, dass heute die ersten Abiturienten des Internats entlassen werden“, so der Minister wörtlich „sondern auch einer der besten Jahrgänge, die NRW je gehabt hat.“ Martin ist stolz. Er gehört zu einem der besten Abiturienten des Landes. Er möchte in Bochum studieren „natürlich mit Auslandsaufenthalt, ohne geht es doch heute nicht mehr. Ich hätte Lust in den USA mindestens mal ein Semester zu studieren. Ansonsten sind meine Freunde alle hier in der Gegend. Ich freu' mich jetzt erstmal auf meine Zeit nach dem Abi.“ Keine Schule mehr zu haben, ob Insel oder nicht, ist natürlich für alle Schüler erstmal das Wichtigste.

Der Abiturient erzählt ein paar lustige Anekdoten, die wohl jeder von seiner Schulzeit zu erzählen hat, nur kommt bei den meisten „nass werden“ wohl nicht so häufig vor wie bei den Schülern des Ruhrlandsee Internats.

Einmal sei ein Boot defekt gewesen und die Schüler entschlossen sich, den Rest der Strecke zu schwimmen. Das sei eher ein Riesenspaß gewesen als eine Panne. Wo andere Probleme mit dem Schulbus haben, kann auch mal ein Boot streiken.

Gekentert sei noch kein Schiff. Jedes halbe Jahr müssen die Schüler ein Notfalltraining absolvieren, das mögliche kritische Situationen durchspielt. Passiert ist glücklicherweise nie etwas.

Mit Vertretern der Presse macht Karl Vesten einen Rundgang durch die Schule. Alles ist hochmodern. Die Klassenräume erinnern nicht an eine Schule, sondern haben eher Hochschulschulcharakter. „Die Umgebung macht den Menschen,“ so ein Motto des Schulleiters. „Wer von Gelsenkirchener Barock umgeben ist, denkt auch so,“ führt er fort. Im Sportunterricht seinen Surf- oder Tauchschein machen zu können, ist für die Schüler ein besonderer Kick. Martin hat direkt beide Scheine bestanden.

Das Schlusswort kann niemand besser als er selbst sagen: „Ich freue mich schon aufs erste Klassentreffen. Wir wollen alle mit Ruderbooten von Crange aus zur Insel fahren, zumindest ist das der Plan.“ Martin lacht. Ich glaube die machen das.



Abfahrt in ein langes Wochenende.



Schüler beim Kanufahren.



Das Ruhrlandsee Internat. Täglich fährt zu jeder zweiten Schulstunde eine Fähre



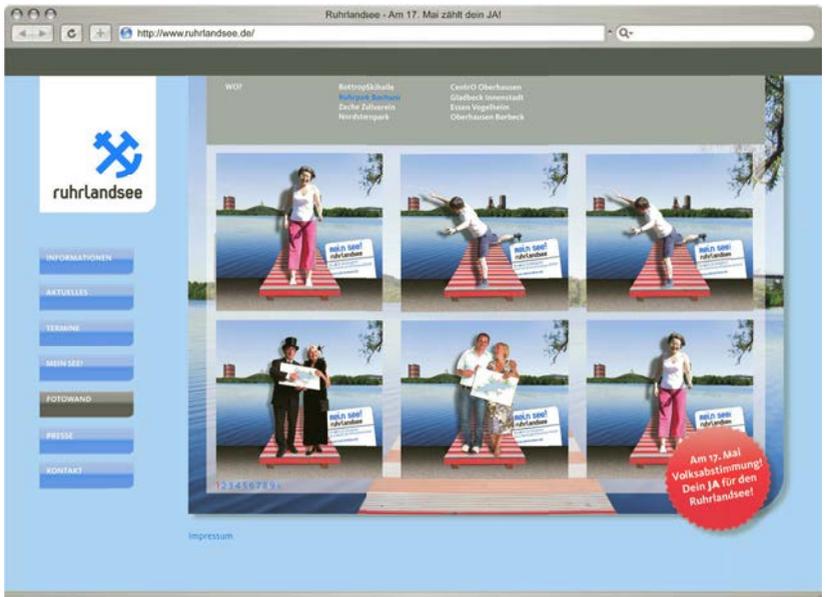
Schüler beim Kanufahren.





Vor der Ruhrlandsee-Fotowand können Bürger sich fotografieren lassen und das Projekt kommentieren. Befürworter werden im Netz abgebildet.

The public can have themselves photographed in front of the Ruhrlandsee backdrop and comment on the project. Those in favour are shown in the internet.



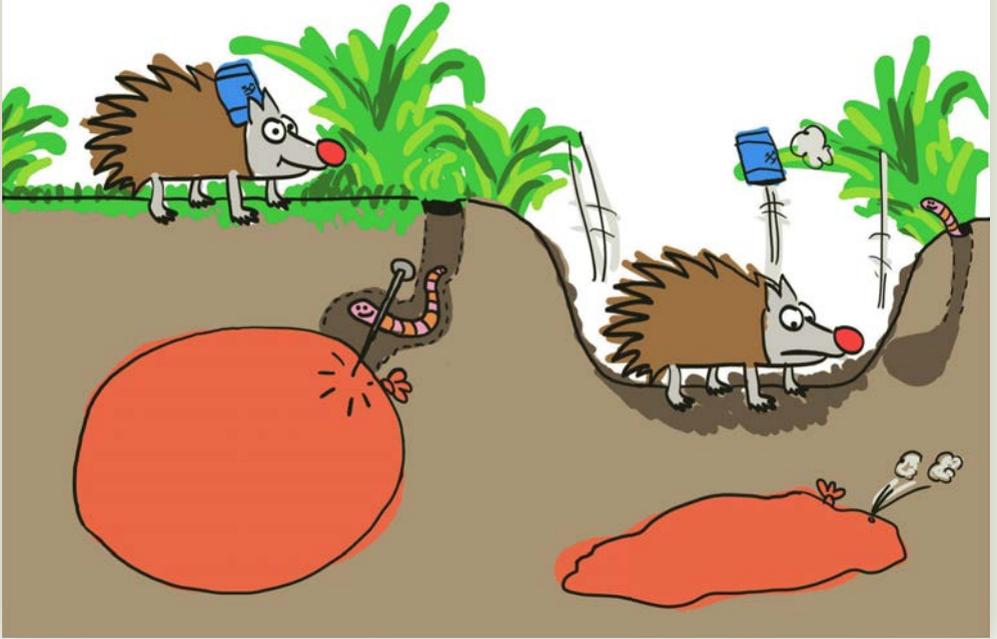


Plakate an unattraktiven Stand-orten simulieren das Idyll des Ruhrlandsees und sollen beim Betrachter den Wunsch nach Veränderung auslösen.

Posters at unattractive locations simulate the idyll of the Ruhrlandsee, creating a desire for change.



DAS BERGBAU-SENKUNGS-EXPERIMENT





SARAH MADRE
JUSTINE SIUPKA-ORGANEK

STADT VERZEHR STADT VERKEHR

EIN MOBILER SUPERMARKT SCHAFFT
BEWUSSTSEIN FÜR DEN CARBON FOOT-
PRINT VON LEBENSMITTELN

ABSTRACT

Weintrauben aus Chile, Äpfel aus Südafrika, Tomaten und Erdbeeren ganzjährig. Die globale Lebensmittellogistik verursacht immense Umweltbelastungen durch CO₂ Emissionen und verstopft die Innenstädte mit Güterverkehr. Genuss und Lebensfreude mit nachhaltigem Verhalten zu kombinieren und die Verbraucher für eine bessere und balancierte Selektion beim Einkauf zu motivieren, war das Ziel des Projekts. Ein LKW wird zum Supermarkt ausgebaut und auf Reise geschickt. Anstatt der Waren findet der Besucher hier Produktkarten mit CO₂-Profilen der Lebensmittel, kann seinen gewöhnlichen Einkauf simulieren und an der Kasse die CO₂-Gesamtrechnung einsehen. Das Einkaufserlebnis soll zu Denken geben und Umweltsensibilität als festen Faktor des künftigen Einkaufsverhaltens etablieren.

STATUS

Diplomarbeit aus dem WS 2010/2011.

A MOBILE SUPERMARKET CREATES
CONSCIOUSNESS OF THE CARBON FOOT-
PRINT OF FOODSTUFFS

Grapes from Chile, apples from South Africa, tomatoes and strawberries all the year round. Global foodstuffs logistics puts an immense strain on the environment with CO₂ emissions and clogs inner cities with goods traffic. The aim of the project was to combine consumption and the joy of life with sustainable behaviour and motivate consumers to make better and more balanced choices when shopping. A lorry is fitted out as a supermarket and sent on tour. Instead of the goods, shoppers find product cards with the CO₂ profiles of the foodstuffs, allowing them to simulate their normal purchases and examine the overall CO₂ bill at the cash register. The experience was designed to give food for thought and establish environmental consciousness as a firm factor in future shopping.

Degree thesis from the 2010/2011 winter term.

A person with long blonde hair is shown from the side, wearing a light pink sweater. They are carrying a black tote bag. The bag features the text 'DIE ZEIT IST REIF' in large white capital letters. Below this text is a small white URL: 'www.stadtverzehrstadtverkehr.com'. The background is a plain, light-colored wall.

**DIE
ZEIT
IST
REIF**

www.stadtverzehrstadtverkehr.com



STADT VER

Ausstellung am Burgplatz in Düsseldorf

ZEIT STADT

ÜBER URBANITÄT,
MOBILITÄT UND KONSUM

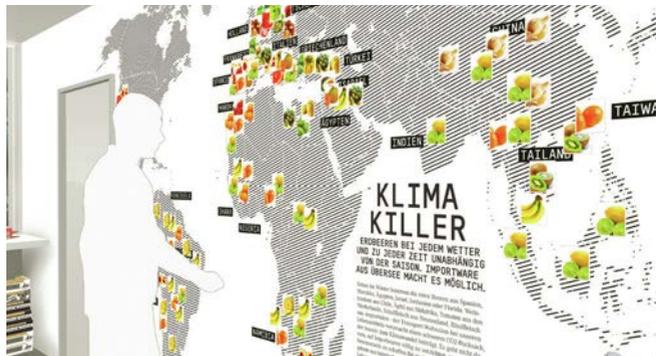
Ab 08/08/2011 bis 18/09/2011

STADT VER

Von Montag bis Freitag, 10.00 – 20.00 Uhr

KEHR

www.stadtverzehrstadtverkehr.com









E
H

IM
DIE
UND
L.

n beim
Fleisch
Hälfte
uf dem
odukte
stützen,
it dem

ür den
ethode.

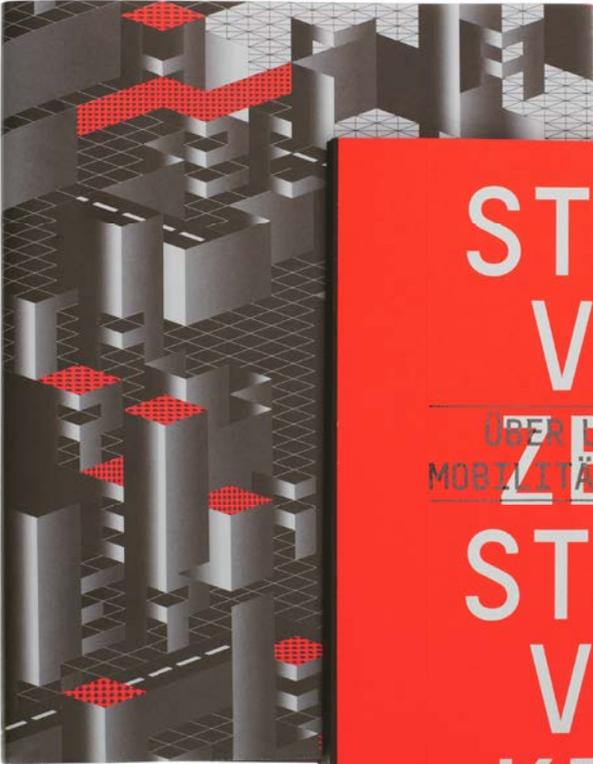
DIE MENGE MACHT ES

**NICHT NUR DER KAUF SAISONALER
PRODUKTE, SONDERN AUCH DIE
MENGE DER GEKAUFTEN WAREN IST
FÜR DEN UMWELTSCHUTZ WICHTIG.**

Täglich werden rund 45 kg Lebensmittel in Lebensmittelfilialen weggeworfen. Pro Jahr und Kopf landen Produkte im Wert von etwa 100 Euro im Müll. Demnach bestehen bis zu 12% des Mülls aus original verpackten oder angebrochenen Waren. Die Lebensmittel wurden somit unnötigerweise mit viel Aufwand bis zur Vorratskammer herangekarrt und dann nicht weiter verwertet.

Möchte man auf diese Leerfahrten verzichten ist ein reduziertes, geplantes und bewusstes Einkaufen unvermeidbar und wichtig.





STADT
VER

ÜBER URBANITÄT,
MOBILITÄT UND KONSUM

STADT
VER
KEHR

...wenn die ...

...die ...

...die ...

...die ...

ALLES ZU SEINER ZEIT

UND NICHT ALLES ZU JEDER ZEIT!



...die ...

Falsche Zeit und Ort

...die ...

...die ...

...die ...

„VON ÜBERALL KOMMEN SIE HER, WIE AMEISEN KRIECHEN SIE EMSIG HEREIN.“



DEZEMBER

Aus den Winterlagern kommen immer noch leckere deutsche Äpfel. Probieren Sie sich durch und halten Sie Ausschau nach regionalen Sorten, da gibt es immer noch Schätze zu entdecken. Und vergessen Sie die frischen Nüsse nicht!

Bis zum ersten Spargel wird es noch ein wenig dauern, aber es gibt ja den Winterspargel, eher bekannt als Schwarzwurzel. Ihr Fleisch ist weich und fein, ihr Geschmack herb-würzig, erdig und ein wenig nussig. Mit dem Spargel können es Schwarzwurzeln gut aufnehmen. Servieren Sie das gekochte Gemüse mit einer hellen Senfsauce oder mit Käse überbacken.

Pastinaken ergeben eine feine Cremesuppe, mit Apfel, Sahne und Brühe gekocht, anschließend wird alles püriert. Probieren Sie auch mal eine Rosenkohl-Torte mit Blätter- oder Mürbeteig-Boden und einer pikanten Eier-Sahne-Mischung.

Auch der beliebte Feldsalat ist wieder da. Im Gegensatz zu fast allen anderen Blattsalaten, wird dieser im Winter geerntet und sorgt in der kalten Jahreszeit für das nötige Grün auf dem Teller. Mit einer fruchtigen Vinaigrette-Marinade ist er ein schnell zubereiteter Genuss.

// SAISONTIP

Feldsalat mit fruchtiger Vinaigrette:

Zutaten für 2 Personen:

100 g Feldsalat
20 g Zwiebeln
30 ml Balsamico-Essig bianco
20 ml Olivenöl
50 ml Apfelsaft
1 TL getrocknete Salatkräuter
1 TL Honig oder Ahornsirup
0,5 TL Senf

Zubereitung:

Den Feldsalat gründlich waschen, eventuell unschöne Blätter und grobe Strunkenden entfernen und in der Salatschleuder trocken schleudern. Die Zwiebel sehr fein hacken und mit Essig, Öl, Saft, Kräutern, Senf und Honig in einem Schüttelbecher gründlich durchschütteln. Die Marinade vor dem Servieren über den Salat geben.

SAISONKALENDER FÜR OBST

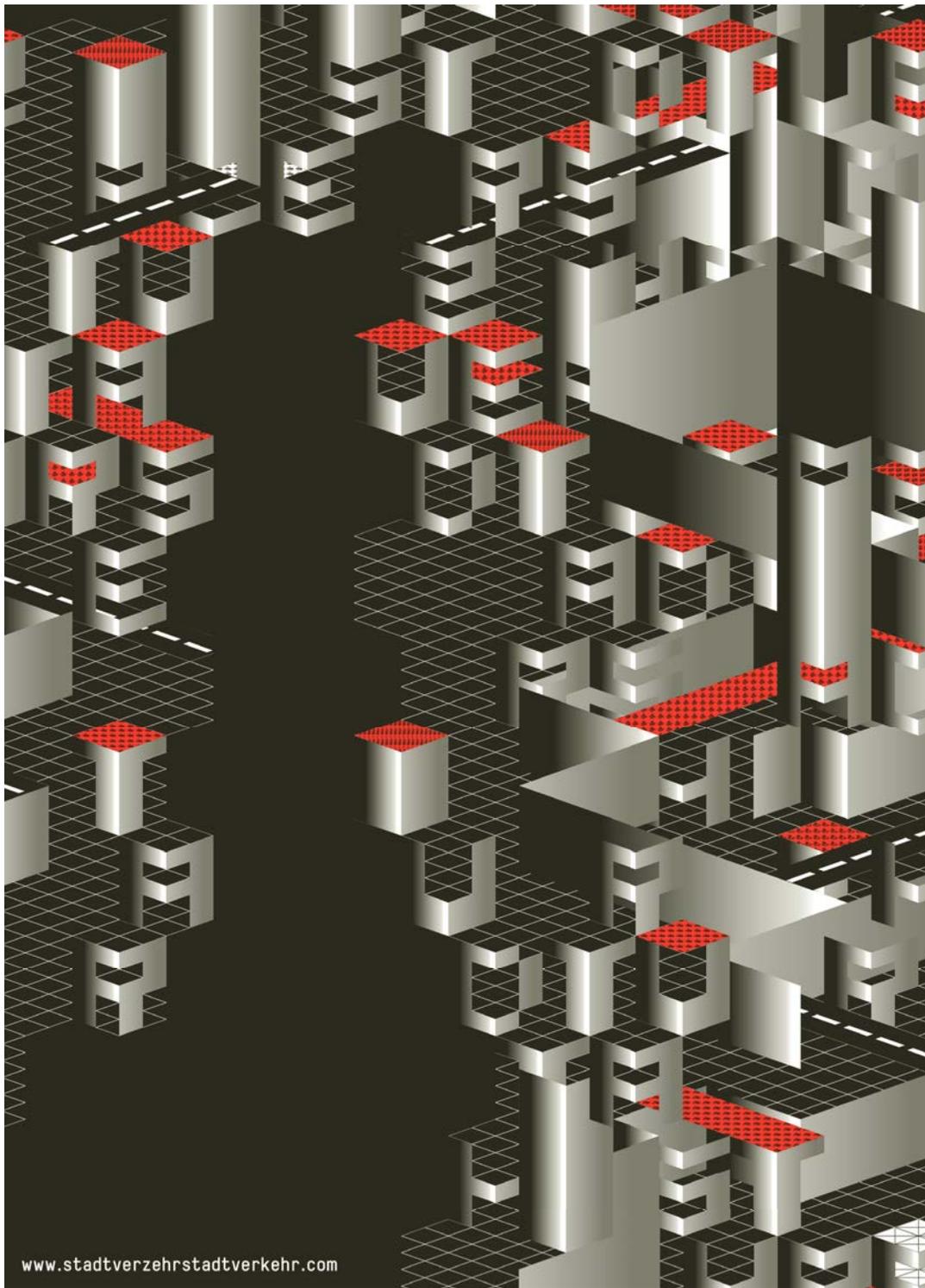
| Hauptsaison | Jan | Feb | März | April | Mai | Juni | Juli | Aug | Sep | Okt | Nov | Dez |
|-----------------------|-----|-----|------|-------|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Äpfel | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Aprikosen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Birnen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Brombeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Erdbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Heidelbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Himbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Holunderbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Johannisbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Kirschen, süß | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Kirschen, sauer | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Mirabellen/Renekloden | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Pfirsiche/Nektarinen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Pflaumen/Zwetschen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Preiselbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Quitten | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Rhabarber | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Stachelbeeren | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Wasser-/Zuckermelonen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Weintrauben | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Walnüsse | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Haselnüsse | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| EBkastanien | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |

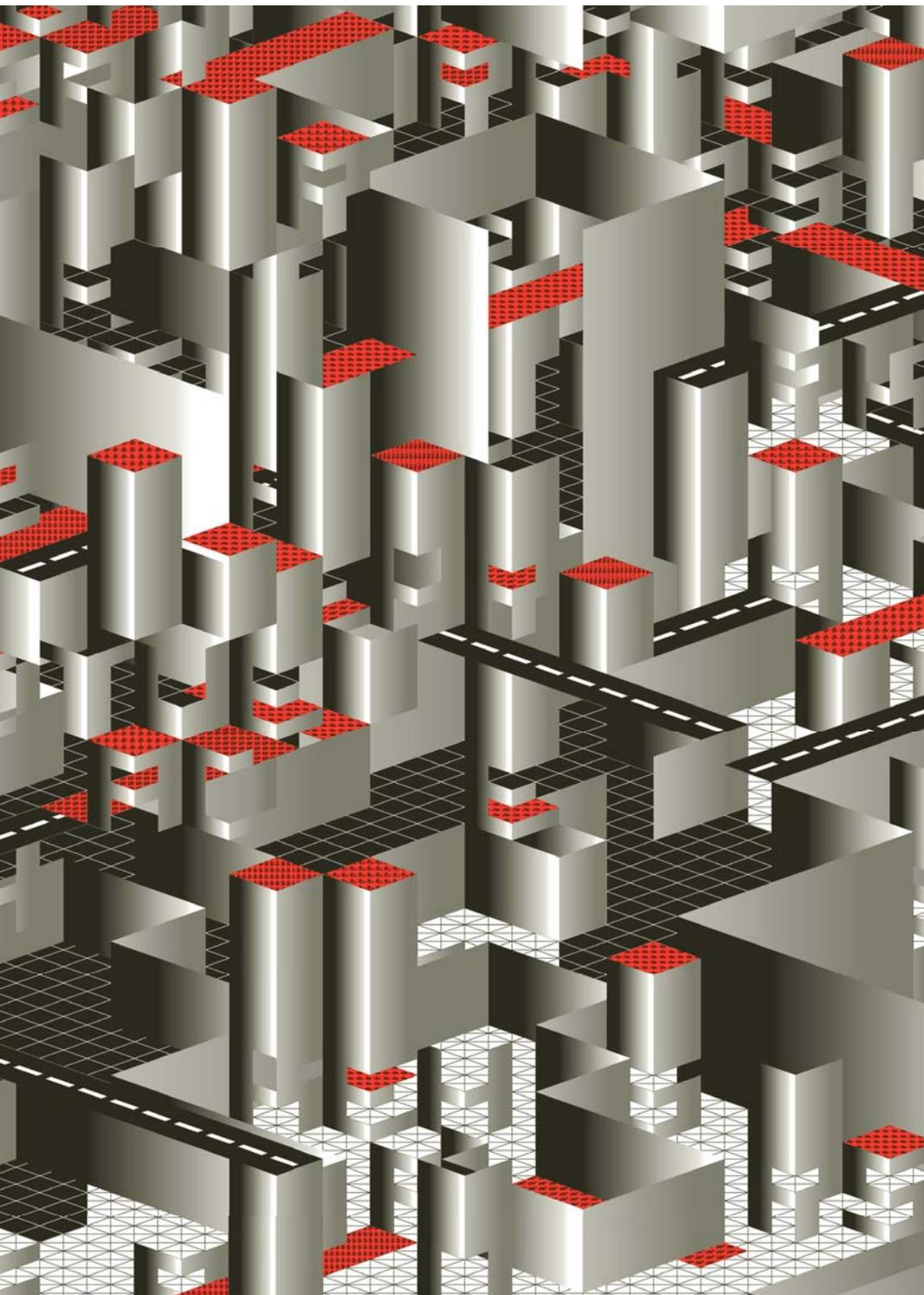
SAISONKALENDER FÜR OBST (NUR IMPORT)

| Hauptsaison | Jan | Feb | März | April | Mai | Juni | Juli | Aug | Sep | Okt | Nov | Dez |
|----------------------|-----|-----|------|-------|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ananas | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Apfelsinen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Avocados | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Bananen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Clementinen/Satsumas | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| GrapeFruits | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Kiwis | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |
| Zitronen | ■ | | | | ▨ | | | | | | | |

■ steigende/fallende Angebote

▨ überwiegend einheimischer Freilandanbau





WASSER MADE IN GERMANY

ÖKOLOGISCHER UND ÖKONOMISCHER
NUTZEN DURCH LEITUNGSWASSER STATT
BOTTLED WATER

ABSTRACT

Flaschenwasser ist das Getränk mit den höchsten Zuwachsraten der Welt. In Deutschland hat sich der Verbrauch seit 1975 verzehnfacht, Tendenz steigend. Die Deutschen lieben ihre Wassermarken, etwa 560 sind im Umlauf und 120 Liter werden im Durchschnitt jährlich getrunken. Dabei ist Flaschenwasser bis zu 1000 mal teurer als Leitungswasser, es ist in etwa so, als würde man 10.000 Euro für ein Mittagessen bezahlen. Die ökologischen Folgen der Flaschenwasseromanie sind ebenfalls drastisch, denn die weltweit nur zu einem Drittel wiederverwerteten Plastikflaschen verschlingen Unmengen Öl für Produktion, Befüllung und vor allem Transport. Das Projekt will die Verhaltensmuster von Verbrauchern zum Wohle der Umwelt und deren eigener Brieftasche verändern und den Gebrauch von Trinkwasser aus der Leitung fördern, dessen Qualität übrigens dem Flaschenwasser gleichwertig bis überlegen ist. In einem Blindtest würden die Verbraucher stilles Flaschenwasser und Leitungswasser nicht unterscheiden können, aber die Flasche und die Marke machen den Unterschied.

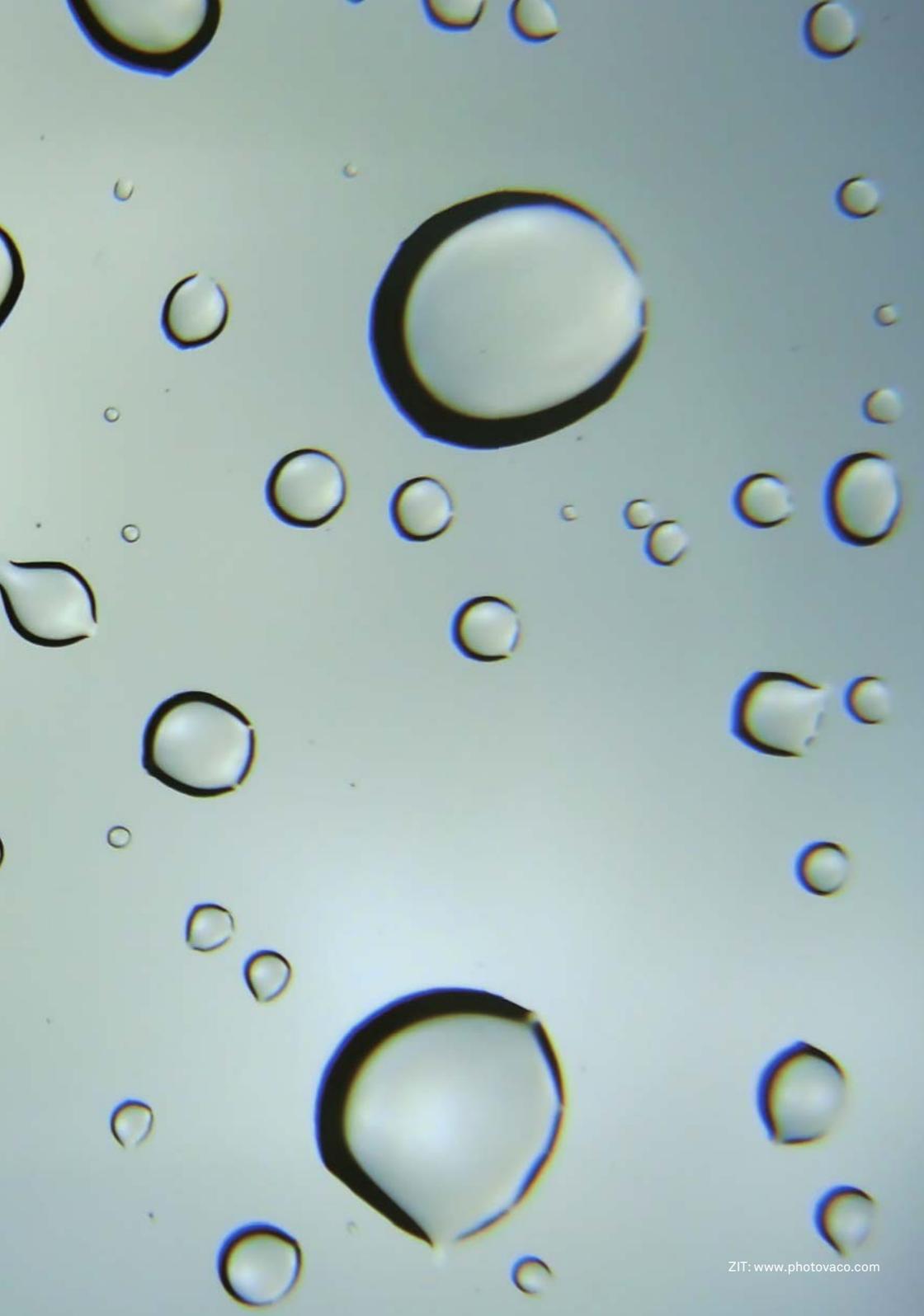
STATUS

Diplomarbeit aus dem WS 2011/2012.
Die Vorstellung des Konzeptes bei Kommunen
NRWs erfolgt ab Frühjahr 2012.

ECOLOGICAL AND ECONOMIC BENEFIT
FROM TAP WATER INSTEAD OF BOTTLED
WATER

Bottled water is the drink with the highest growth rates in the world. In Germany, consumption has increased tenfold since 1975, and the trend is still rising. The Germans love their water brands. There are around 560 of them on the market, and each German drinks an average of 120 litres of bottled water each year. But bottled water is up to a thousand times more expensive than tap water, and it is almost like paying 10,000 euros for a lunch. The ecological consequences of the bottled water mania are also drastic, as the plastic bottles, only a third of which are recycled worldwide, use up vast quantities of oil for production, filling and above all transport. The project is intended to change the habits of consumers for the benefit of the environment and their own pockets, and promote the use of drinking water from the tap, whose quality is equal or superior to that of the bottled product. In a blind test, consumers would not be able to distinguish between still bottled water and tap water, but the bottle and the brand make the difference.

Degree thesis from the 2011/2012 winter term. Presentation of the concept to local authorities in North Rhine-Westphalia starts in spring 2012.



ETWA 70% ALLER WASSERFLASCHEN WERDEN
AUS KUNSTSTOFF HERGESTELLT.

SCHÄTZUNGEN ZU FOLGE WERDEN FÜR DIE HERSTELLUNG VON
FLASCHEN JÄHRLICH 1,5 MILLIONEN TONNEN KUNSTSTOFF
BENÖTIGT, DIE AUS 1,5 MILLIARDEN BARREL ROHÖL
GEWONNEN WERDEN.

ÖKOLOGISCHE

DIE HERSTELLUNG VON 12 PET-FLASCHEN BENÖTIGT
1 LITER ERDÖL UND 36 LITER VIRTUELLES WASSER.
ES WERDEN ALSO 3 LITER WASSER VERSCHWENDET,
UM 1 LITER WASSER TRANSPORTIEREN ZU KÖNNEN.

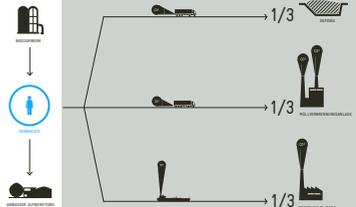
NACHTEILE

MIT DEM VERBRAUCHTEN ÖL FÜR EINE PET FLASCHE
KÖNNTE MAN 3,5 KM MIT DEM AUTO FAHREN.

2 WEGE

1 ZIEL

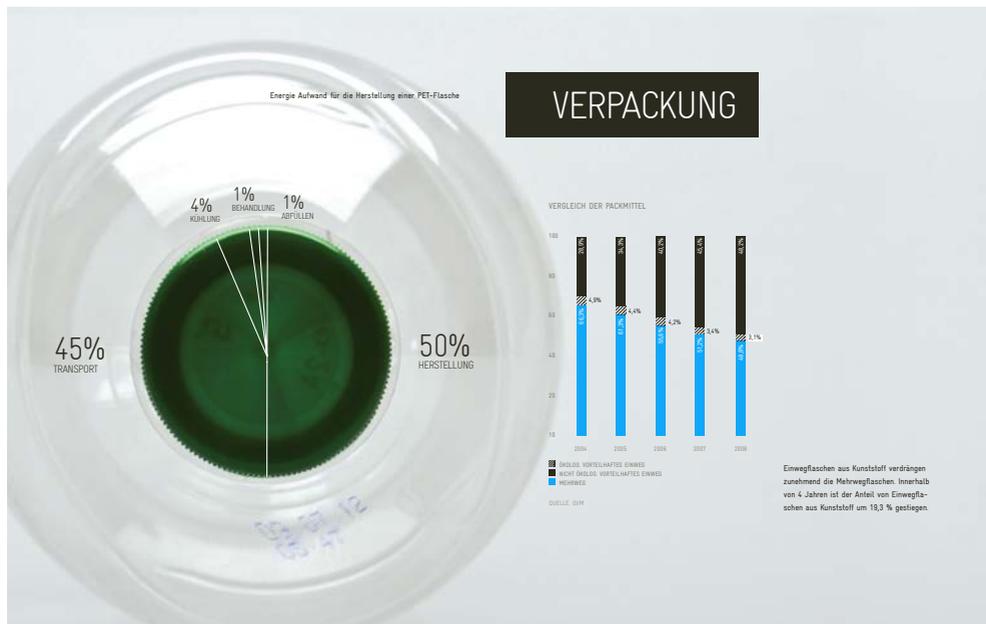
WELTWEIT WIRD NUR EIN KLEINER TEIL WIEDERVERWERTET, ZWEI
DRITTEL DER FLASCHEN WERDEN ENTWEDER VERBRANNT ODER
LANDEN AUF MÜLLDEPONIEEN MIT ÖKOLOGISCH DRAMATISCHEN FOLGEN.



KOSTENÜBERSICHT VON GÄNGIGEN UND EXKLUSIVEN WASSERN ZU LEITUNGSWASSER

| | SINGLE / JAHR | SINGLE / 5 JAHRE | FAMILIE / JAHR | FAMILIE / 5 JAHRE |
|-----------------------|----------------|------------------|----------------|-------------------|
| Bling | 20,00 € | 10950 € | 54750 € | 32,850 € |
| Voss | 5,27 € | 2885 € | 6585 € | 8,655 € |
| Evian | 0,61 € | 334 € | 1670 € | 1002 € |
| Apollinaris | 0,60 € | 329 € | 1645 € | 987 € |
| Volvic | 0,58 € | 318 € | 1590 € | 952 € |
| Vittel | 0,48 € | 263 € | 1315 € | 789 € |
| Aldi & co Wasser | 0,13 € | 71 € | 355 € | 213 € |
| Leitungswasser | 0,004 € | 2,19 € | 11 € | 6,50 € |

QUELLE: REWE, ALDI, TRINGKUT, BLINGH2O.COM STAND:2012



LEITUNGSWASSER

ALS MARKE

ES IST WICHTIG, FÜR LEITUNGSWASSER EINE MARKE ZU KREIEREN, DIE FÜR IDENTITÄT UND KOMMUNIKATION SORGT.



W
AZZA

DAS WAZZA-LOGO ORIENTIERT SICH AN DER EINFACHHEIT DES PRODUKTES. DIE SERIFENLOSE ABERUNDETEN LETTERN STEHEN FÜR DAS UNTERIRDISCHE ROHRSYSTEM. DAS MARKANTE „W“ ASSOZIIERT EINEN TRINKBRUNNEN.



DAS LOGO FÜR DAS SYSTEM WAZZASYS IST EINE ERWEITERUNG AN DIE BILDMARKE WAZZA. DAS SYS FÜR SYSTEM WIRD UNTERHALB DER BILDMARKE WAZZA ERGÄNZT UND IN EINEM KREIS GESCHLOSSEN, DAS KONTINUITÄT SYMBOLISIERT.

Durchschnittlich könnte jeder deutsche Haushalt 360 Kilogramm CO₂ und 789 Euro einsparen, wenn der komplette Trinkwasserbedarf aus der Leitung gedeckt würde. Für unterwegs werden wieder verschließbare Glasflaschen eingesetzt. Volkswirtschaftlich betrachtet ergibt das 2.250.000 Tonnen eingesparte CO₂-Emissionen und 63.1 Milliarden Euro mehr Kaufkraft in den Taschen der Verbraucher.

On average, every German household could save 360 kilograms of CO₂ and 789 euros if all their drinking water needs were covered by the mains. Closable glass bottles could be used when away from home. In terms of the economy as a whole, that results in 2,250,000 tonnes of CO₂ emissions saved, and 63.1 billion euros more purchasing power in the pockets of consumers.

DIE WAZZA

FLASCHEN



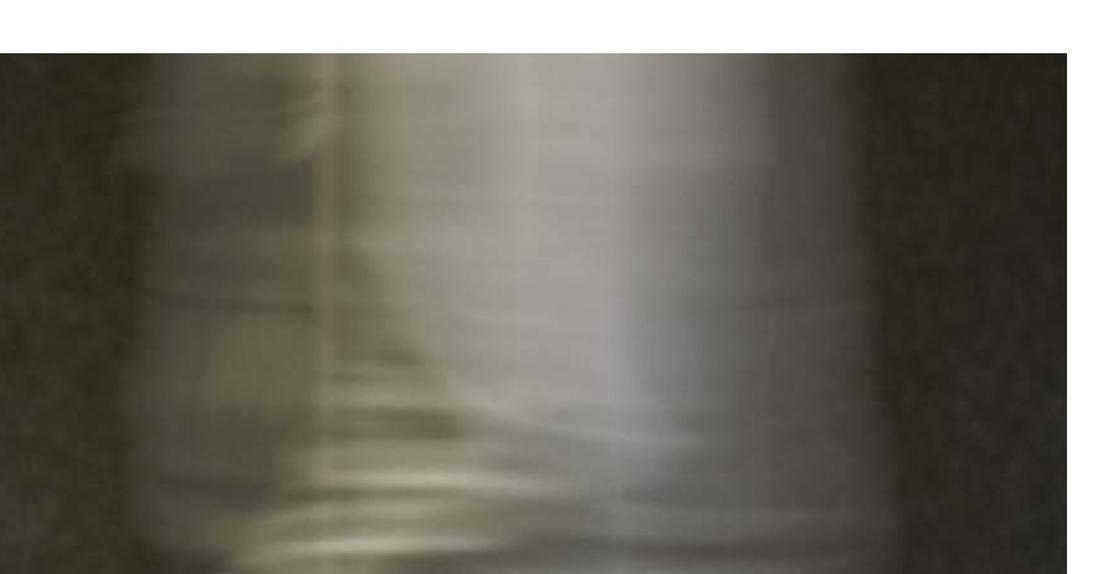
DURCH DIE WAZZASYS-FLASCHEN WIRD LEITUNGSWASSER ERST ZUM ERKENNBAREN PRODUKT.

SIE MACHEN LEITUNGSWASSER FASSBAR UND SORGEN FÜR EINEN GLANZVOLLEN AUFTRITT.

Ein Pilotprojekt stattet 1.000 Haushalte mit individuell gestalteten Flaschen aus, die statt Bottled Water auf den Tisch kommen. Die Auswertung erfolgt nach drei Monaten. Haushalte, Gastronomen und Firmen können anschließend Flaschen in unterschiedlichen Designs anfordern und ihren Bottled Water Konsum reduzieren. Die Durchführung erfolgt in enger Kooperation mit der Kommune. Auf dieser Ebene soll auch die ökologische und ökonomische Bilanz errechnet und dokumentiert werden.

A pilot project equips 1,000 households with individually designed bottles to be filled and replace bottled water on the table. Evaluation takes place after three months. Households, restaurants and businesses can then request bottles in various designs and reduce their bottled water consumption. Implementation is in close cooperation with the local authority. The ecological and economic analysis and its documentation are also to take place on that level.





DIE RÜCKKEHR DER BÜRGER ZU LEITUNGSWASSER EIN EINFACHER UND ZUGLEICH HOCH EFFEKTIVER SCHRITT, UM EINEN SOZIALEN, ÖKOLOGISCHEN UND ÖKONOMISCHEN MEHRWERT ZU SCHAFFEN.

DIE DABEI GEWONNENE VORBILDFUNKTION IN EINEM LAND, DAS VON INNOVATIONEN UND DEM WUNSCH NACH NACHHALTIGEN MEHRWERT VERLANGT, KANN FÜR EIN INTERNATIONALES UMDENKEN SÖRGEN.



LITERATUR

READER 1

Thomas Moldonado *Planung und Demokratie*

Bruno Latour

Henry Levebvre *The everyday and Everydayness*

(über Design und Bedeutung des Designs in Bezug auf die Gesellschaft)

READER 2

Digitale Allmenden, Ressourcen kollektiv nutzen

(Marke Eigenbau)

READER 3

Viktor Papanek *What is Design?*

aus: Design for the real World

(über Design und social responsability)

READER 4

Markus Miessen *The Violence of Participation*

aus: Documenta Magazines Online Journal

(über Partizipation und Konflikt)

Horst W. J. Rittel *Planen, Entwerfen, Design*

zur Theorie und Methodik

Einleitung und Kapitel Zur *Theoriebildung*

(über Methodik und Vorgehensweise beim Designprozess)

Jeremy W. Crampton, John Kygier *An introduction into critical cartography*

aus: ACME: An international E-Journal for Critical Geographies

(Kartographie, Mapping als Mittel zum Zweck)

REFERENTEN

Franz Schultheis, Soziologe

Peter Zuiderwijk, Kommunikationsdesigner, Den Haag NL

IMPRESSUM

HERAUSGEBER / EDITOR

Fachbereich Design / Faculty of Design
Fachhochschule Düsseldorf /
University of Applied Sciences Duesseldorf
Georg-Glock-Straße 15
40474 Düsseldorf
design@fh-duesseldorf.de

PROJEKTFÜHRUNG / PROJECT SUPERVISION

Prof. Victor Malsy
Prof. Philipp Teufel
Prof. Dr. Rainer Zimmermann

EDITORIAL DESIGN

Thomas Wirtz

ÜBERSETZUNG / TRANSLATION

Keith Lunn

DRUCK / PRINTING

Offsetdruckerei am Fachbereich Design,
Fachhochschule Düsseldorf /
Offset Printing, Faculty of Design,
University of Applied Sciences Duesseldorf

Christina Grube
Sebastian Tischtau

PAPIER / PAPER

Arctic Volume White 115g

SCHRIFTEN / TYPEFACE

Akkurat

Copyright 2012

© Editor & contributing Authors, Designers,
Photographers
All rights reserved. Printed in Germany.

NEW CIVIC DESIGN
HAS BEEN A
FOCAL AREA IN
APPLIED
TEACHING AND
RESEARCH AT
THE DESIGN
FACULTY OF THE
DÜSSELDORF
UNIVERSITY OF
APPLIED
SCIENCES SINCE
2010. **ALUF 4**
IS THE FIRST
DOCUMENTATION
OF SELECTED
PROJECTS.