

Formulierung einer neuen Design-Strategie für Österreich

Gerhard Feltl

Das in den fünfziger Jahren gegründete Österreichische Institut für Formgebung (ÖIF) findet heute ein Aktionsfeld vor, das sich im Laufe der Zeit radikal verändert hat. Als Folge dieser gesellschaftlichen Prozesse hat sich auch das Verständnis und die Aufgabe von Design geändert. Design ist heute nicht mehr allein *Formgebung* von Produkten, sondern global wirksamer *Innovationsfaktor* und gleichzeitig Ausdruck der *Identität* eines Landes. Konsequenterweise werden Investitionen in Kulturwirtschaft und Design heute von vielen Staaten als effiziente und langfristig wirksame Strategie zur sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklung eines Landes, einer Region oder einer Stadt angesehen.

"Die Bausteine der Umwelt sind weder der Mensch noch die Dinge, sondern die unsichtbaren Regeln der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Prozesse". Ein Vierteljahrhundert nach diesem visionären Statement des Kulturphilosophen und Design-Theoretikers Lucius Burckhardt postuliert die Harvard-Professorin Elisabeth Moss Kantor einen Paradigmen-Wechsel des Wirtschaftens, nachdem die "Weltklasse" eines Unternehmens in Zukunft nicht mehr auf den traditionellen Kriterien Kapitalausstattung, Technologie oder Personal beruht, sondern sich aus den immateriellen Ressourcen *concepts, competence and connections* zusammensetzen wird.

Beide Einsichten verweisen auf die Notwendigkeit, den Strukturmerkmalen des postindustriellen Zeitalters nicht länger mit den Rezepten von gestern zu begegnen, sondern neue und unkonventionelle Lösungen zu suchen. Gesättigte Märkte, technologische Patt-Situationen und das Verschwinden von Qualitätsunterschieden schaffen völlig neue Voraussetzungen für Arbeit und industrielle Produktion. Aber auch bisher inhaltlich kaum hinterfragte Instrumentarien wie *Exportförderung* oder *Standortpolitik* müssen angesichts der skizzierten Entwicklung neu überdacht werden.

Design ist eine dieser von Moss Kantor apostrophierten Ressourcen - nicht nur zur Gestaltung ansprechender Produkte, sondern vor allem als Instrument, um Ideen in die Realität umzusetzen. Aus diesem Grunde könnte Design im Strukturwandel der Wirtschaft eine Schlüsselfunktion einnehmen - wenn es gelingt, den notwendigen Umdenkprozeß nicht nur in den Unternehmen, sondern auch in den Schaltzentralen und in den Amtsstuben der Politik einzuleiten.

Ein neues Selbstverständnis.

Nach umfangreichen Recherchen bei verschiedenen internationalen Design-Institutionen sowie Kontakten insbesondere auch mit Michael Thompson vom *British Design Council* strebt das ÖIF (unter Bezugnahme auf die im Jahr 1996 verabschiedete Design-Philosophie) eine grundlegende Neupositionierung an:

Wir müssen erkennen, daß *Design-Promotion* im Sinn einer Wettbewerbshilfe (vor allem auf den Exportmärkten) nicht mehr ausreichend den aktuellen Bedürfnissen der Wirtschaft und den längerfristig wirksamen gesellschaftspolitischen Trends entspricht.

Die Aufgabe eines zeitgemäßen Design-Zentrums liegt daher nicht mehr ausschließlich in einer Clearing-Funktion zwischen Design und Wirtschaft, sondern geht in Richtung eines entwicklungsorientierten Modells, das sich an den Grundwerten *concepts, competence and connections* orientiert. Ein derartiges Modell muß sich auf das Wissen der Zukunft konzentrieren, Veränderungsmanagement für Innovationen betreiben sowie Forschung, Ausbildung und Kommunikation fördern.

Andere Länder haben dies bereits erkannt. Ein eindrucksvolles Beispiel ist Großbritannien, wo im März 1997 in einer *House of Lords Debate* von der Labour-Party eine vielbeachtete Anfrage an die britische Regierung gerichtet wurde, welche konkreten Maßnahmen und Aktivitäten geplant seien, um das Wertschöpfungspotential von Design und Kulturwirtschaft optimal zu erschließen. Diese Anfrage war Teil der Wahlkampfoffensive und wurde anschließend Bestandteil des Regierungsprogrammes von Tony Blair, der sich und seine Partei damit als Gesprächspartner der britischen Wirtschaft und Industrie positioniert und im Rahmen eines Fünf-Punkte-Programmes die Bereiche Innovation, Technologie und Design als fundamentale Voraussetzungen für britische *competitiveness* definiert hat.

Das britische Beispiel zeigt, daß Umdenkprozesse in der Wirtschaft und in der Politik einander wechselseitig bedingen. Das gilt auch für die österreichische Situation.

Das ÖIF ist stets für eine stärker koordinierte und konturierte Design-Politik eingetreten. Auch dafür kann eine Erkenntnis von Lucius Burckhardt als Leitlinie dienen: "Qualität entsteht nur, wenn Engagement auf individueller und kollektiver Ebene zusammenfindet und politisch wirksame Spuren legt."

Das ÖIF will daher in Zukunft nicht allein Plattform für den Design-Dialog sein, sondern an der Entwicklung von Design aktiv mitarbeiten - als Katalysator und Impulsgeber für Know-how-Transfer. Das ist eine integrative Aufgabe, die andere Einrichtungen der Design-Community (wie Standesvertretungen, Ausbildungs-institutionen oder wirtschaftliche Interessensvertretungen) nicht leisten können.

Ein neuer Arbeitsplan.

Das solcherart neu organisierte Design-Institut hat gemeinsam mit den Ansprechpartnern aus Industrie, Wirtschaft und Politik einen mittelfristig wirksamen Arbeitsplan zu entwickeln, der insbesondere als Zielsetzung realisiert:

- die Förderung und Entwicklung unkonventioneller, innovativer Design-Lösungen,
- die Stimulierung interdisziplinärer und multidisziplinärer Arbeitsweisen,
- den Transfer immaterieller Design-Ressourcen in konkrete wirtschaftliche Nutzanwendungen für Österreich.

Eine solche Neupositionierung (nämlich das ÖIF den künftigen Bedürfnissen der Industrie und der Volkswirtschaft näher anzupassen, die sich entwickelnde Rolle Österreichs in Europa schwerpunktmäßig zu unterstützen und die Konkurrenzfähigkeit österreichischer Produkte auf den internationalen Märkten zu erhöhen) könnte für die politischen Entscheidungsträger eine attraktive Option darstellen.

In einem ersten Schritt wäre ein Stufenplan mit nachfolgenden Schwerpunkten zu formulieren:

1. Weiterentwicklung der Instituts-Philosophie in Richtung einer *nationalen Design-Politik* (im Sinne der Design-Resolution vom 24. Oktober 1997)
2. Gründung eines *Österreichischen Forums für Industrie und Wirtschaft*, um neue Instrumentarien, internationale Erkenntnisse und Erfahrungen nutzbar zu machen (der erste Referent in einem solchen Forum könnte Mr. Tony Blair als Guest der österreichischen Bundesregierung sein, der über die positive Zusammenarbeit zwischen seiner Regierung und dem British Design Council informiert)
3. Ausarbeitung von Empfehlungen zur Verbesserung der Ausbildungssituation unter aktiver Einbeziehung der geplanten *New School of Design Vienna* sowie unter Fokussierung auf Design-Ausbildung im außeruniversitären Schulbereich
4. Schaffung eines *National Identity Forums* zur Integration der kulturellen und ökonomischen Auswirkungen von Design in eine Corporate Identity für Österreich in Europa
5. Erarbeitung eines *Forschungsprogrammes* in Hinblick auf optimale Nutzung der EU-Ressourcen für Design und Kulturwirtschaft
6. Formulierung eines *Kommunikationskonzeptes* zur Verbesserung des Informationsaustausches mit der Fachöffentlichkeit
7. Erarbeitung eines *Sponsoring-Konzeptes*
8. Berücksichtigung von Kulturwirtschaft und Design in den *Regierungserklärungen* des Bundes, der Länder sowie in den Wirtschafts- und Kulturprogrammen der Parteien
9. Neukonzeption und substantielle Aufwertung des *Staatspreises für Design*

Ein neuer Name.

Da der Begriff *Formgebung* für die beschriebenen Aktivitäten nicht mehr ausreicht, ist für ein derart neupositioniertes Design-Institut auch eine neue Bezeichnung zu finden. In Übereinstimmung mit internationalen Vorbildern wird vorgeschlagen, das Österreichische Institut für Formgebung in *Design-Zentrum Österreich* (Design Center Austria) umzubenennen.

Eine ausreichende Budgetierung.

Die skizzierten neuen Aufgabenstellungen, aber auch international vergleichbare Erfahrungen machen nach ersten Schätzungen ein Jahresbudget von rund öS 15 Millionen erforderlich.

Dieses Budget ist auf Basis eines im Detail noch zu entwickelnden Drei-Jahres-Planes notwendig und sollte zu je einem Drittel von der öffentlichen Hand, von Wirtschaft und Industrie sowie von privaten Sponsoren aufgebracht werden.

In diesem Zusammenhang ist auch der anlässlich meiner Wahl zum ÖIF-Präsidenten im Jahr 1994 formulierte Vorschlag neuerlich zu prüfen, ob und in welchem Ausmaß ein Finanzierungsbeitrag aus den Rücklagen der Nationalbank erfolgen könnte – wobei das Stiftungsvermögen unangetastet bleibt und die Budgetierung aus den jährlichen Zinserträgen erfolgt. Damit wäre sichergestellt, daß der Substanzwert des Vermögens nicht angegriffen wird.

Eine neue Organisationsform.

Die bisherige Vereinsform ist für die künftigen Aufgaben nicht ausreichend, daher ist eine neue Organisationsform (etwa in Form einer Stiftung) auszuarbeiten.

Auch die ÖIF-Statuten sind zu überarbeiten und an die aktuellen Gegebenheiten anzupassen – wobei sowohl die Rechtsform (Verein) und die Aufgabenstellung des ÖIF, insbesondere aber auch die Zusammensetzung der Gremien tiefgreifend verändert werden müssen. Anzustreben ist eine Reduktion des bürokratischen Einflusses seitens Wirtschaftsministerium und Kammer sowie eine breitere Basis der Vereinsmitglieder unter besonderer Beachtung kultureller Institutionen.

Kulturwirtschaft und Design haben das für einen Modernisierungsschub in diesem Land notwendige Potential. Was fehlt, ist eine kraftvolle, überzeugende und koordinierte *Innovationspolitik*. Für Österreich und Wien wäre es gleichfalls sinnvoll und lohnend das anzustreben, womit sich *Glasgow* im Jahr 1999 international als *City of Architecture and Design* präsentiert: „By highlighting new thinking to position Glasgow as a major european city of ideas“.

Dr. Gerhard Feltl
ist Vizepräsident der Wiener Festwochen und Lehrbeauftragter am Institut für Kommunikationswissenschaften der Universität Salzburg.