

Design Futuring FAQs

Was ist Design Futuring?

Design Futuring ist ein neues Wirkungsfeld für Gestalterinnen, dessen zentraler Auftrag lautet: Stakeholderinnen aus allen Bereichen der Gesellschaft mit den Mitteln des Design zu befähigen, sich unterschiedliche (wünschenswerte) Zukünfte vorzustellen und verhandeln zu können. Stark im Fokus steht dabei das Gestalten von Zukunftsszenarien, die greifbar, erlebbar und fühlbar sind, um die Entscheiderinnen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zum Handeln zu bewegen. In einem strukturierten Kreativprozess ermöglichen verschiedene Denkwerkzeuge eine analytische und systematische Auseinandersetzung mit vielen verschiedenen Zukunftsszenarien. Unterschiedliche Kreativitätstmethoden erweitern die Vorstellungskraft für »bessere« Zukunftsszenarien, die das Leben im Alltag normaler Menschen porträtieren.

Woher kommt der Begriff Design Futuring? Wer hat es erfunden?

Das Gestalten von Zukunftsszenarien ist eine junge Design-Disziplin, für die sich bislang noch kein stabiler Fachbegriff etabliert hat. Wir nennen es Design Futuring, denn wir sehen den zentralen Beitrag von Gestalterinnen darin, die Lücke zwischen den Erkenntnissen der Zukunftsforscherinnen und der Vorstellungskraft der Entscheiderinnen zu schließen. Ähnlich ging es dem Designtheoretiker und Philosoph **Tony Fry**, der durch sein Buch →  **Design futuring: sustainability, ethics and new practice** den Begriff Design Futuring etablierte und Design im 21. Jahrhundert als ein Wirkungsfeld beschreibt, das über die Ästhetisierung weit hinausgeht.

Was ist das Endresultat?

Im Design Futuring geht es nicht um eindeutige Prognosen, sondern um mögliche Zukunftsszenarien, die viele Bereiche unserer Gesellschaft, unserer Geschäftsmodelle, unseres Konsumverhaltens bis hin zu unseren Lebensentwürfen umfassen. Die Fähigkeit, verschiedene Zukunftsszenarien greifbar und erlebbar zu gestalten, ist Grundlage, um ein wünschenswertes Zukunftsbild zu verhandeln. Am Ende des Design-Futuring-Prozesses stehen oft keine fertigen Produkte oder konkrete Lösungen. Sondern Handlungsempfehlungen und Taktiken, um eine Strategie abzuleiten, die die Beteiligten auf den Weg in eine wünschenswerte Zukunft führt.

Warum Spekulation – Kritik – Innovation?

Die primäre Gestaltungsabsicht in den meisten Design-Projekten sind neue Produkte und Lösungen, die kommerziell erfolgreich sind. In diesem Kontext kann der Design-Futuring-Prozess dazu beitragen, zukünftige Lösungen und Produkte besser antizipieren zu können. Allerdings steckt Design Futuring ein deutlich größeres Wirkungsfeld ab, in dem Design operieren kann. Neben einem Werkzeugkasten, mit dem sich zukünftige Innovationen besser erdenken lassen, geht es darum, mit Design kritisch auf Missstände hinzuweisen oder über wünschenswerte Alternativen zu spekulieren. Je bewusster Gestalterinnen ihre Gestaltungsabsicht Spekulation – Kritik – Innovation formulieren (siehe → **Design Futuring Manifesto S. 33**), desto weitreichendere Wirkungen kann Design Futuring entfalten.

Ist Design Futuring ein Methoden-Set oder eine Grundhaltung?

Die Fähigkeit, sich verschiedene mögliche Zukünfte vorstellen zu können und der Wille, den Lauf der Dinge zu beeinflussen, sind etwas tief Menschliches und elementar für unser Wirken! Design Futuring bedeutet Zukünfte gestalten. Denn Zukunftsvorstellungen funktionieren oft wie eine selbsterfüllende Prophezeiung. Sie prägen die Erwartungen der Menschen und beeinflussen indirekt den zukünftigen Lauf der Dinge. Daher liefert Design Futuring neben den Denkwerkzeugen und Kreativmethoden im Kern vor allem ein neues Selbstverständnis: Die gesellschaftliche Tragweite der entwickelten Produkte und Services rückt in den Mittelpunkt des Schaffens von Gestalterinnen.

Ist Design Futuring eine Bewegung?

Nein. Design Futuring ist keine fest definierte Design-Disziplin, sondern eher eine Art, Design zu praktizieren. Der Design-Futuring-Prozess und sein Werkzeugkasten sind stark von angrenzenden Bereichen wie der Zukunftsforschung (englisch: Futuring) und verschiedenen Designrichtungen wie unter anderem dem Speculative und Critical Design inspiriert. Die immer stärkere Verschränkung von Design und Strategieberatung führt dazu, dass zunehmend eigenständige Design-Futuring-Netzwerke, Initiativen und Konferenzen innerhalb der Design-Community entstehen und Design Futuring als Design-Kompetenz von Auftraggeberinnen verstärkt nachgefragt wird.

Wie nutze ich Design Futuring in meiner Arbeit?

Auch für »handfeste« Design-Projekte ist Design Futuring eine immer wichtiger werdende Kompetenz. Denn die neue Erwartungshaltung an Gestalter*innen ist: Nicht nur neue Lösungen für bereits bekannte Probleme finden, sondern Probleme und Chancen erkennen, an die bislang noch niemand gedacht hat. Dies gilt vor allem für langfristige Zeithorizonte, die gerne im alltäglichen »Business as usual« vergessen werden. Was sind die wichtigsten Trends? Welche Möglichkeiten gibt es, uns zu positionieren? Was heißt das für den Markenclaim und unser Erscheinungsbild in 5 Jahren? Wo existieren »Pockets of the Future« und das »Neue Normal« bereits heute in der

Gegenwart, die wir uns näher anschauen sollten? Zum Beispiel für Fragen wie diese sind Design-Futuring-Methoden sehr gut geeignet, um gemeinsam mit den Auftraggeberinnen früh im Gestaltungsprozess unterschiedliche Möglichkeiten zu diskutieren, bevor es an das Gestalten von konkreten Lösungen geht. Zwar gibt es nicht immer die Möglichkeit, den kompletten Design-Futuring-Prozess zu durchlaufen, aber einzelne Methoden lassen sich gut als Ergänzung in »normale« Design-Projekte integrieren, zum Beispiel bei der Recherche, im Storytelling und bei der Entscheidungsfindung.

Wie überzeuge ich Auftraggeberinnen davon Design Futuring einzusetzen?

Viele öffentliche Institutionen, aber auch privatwirtschaftliche Unternehmen sind überfordert mit der Komplexität und der Anzahl an Möglichkeiten, die neue Technologien, gesellschaftliche Trends und politische Rahmenbedingungen mit sich bringen. Diese Ratlosigkeit zeigt sich auch in immer häufiger schwammig formulierten Briefings. Mit Design Futuring können Gestalterinnen ihren Auftraggeberinnen Klarheit liefern über ihre strategischen Handlungsoptionen. Ohne langatmigen Strategieprozess entstehen in kurzer Zeit verschiedene Zukunftsszenarien. Diese befähigen Organisationen dazu eine eigene Vision abzuleiten und spezifische Ziele und Maßnahmen zu definieren. Zudem kann der Design-Futuring-Prozess und seine Methoden gut in bestehende Innovationsprozesse integriert werden, ähnlich der üblichen Design Sprints. Zum Beispiel ein jährlicher Design-Futuring-Sprint als fester Bestandteil der strategischen Planung.

Was sind Zukunftsbilder / Zukunftsszenarien?

Jeder Mensch konstruiert sich in seinem Kopf laufend eine eigene Vorstellung der Zukunft, die geprägt ist durch die Summe seiner Erfahrungen, Werte und Vorstellungen. Der Zukunftsforscher Fred Polak prägte dafür den Begriff »Zukunftsbilder« mit seinem Buch →  **The image of the future**. Im Gegensatz zu diesen eher fragmentarischen und subjektiven Bildern zukünftiger Einzel-Ereignisse sind Zukunftsszenarien eine systematische und bewusste Kombination verschiedener Trends, Signale oder eigener Annahmen in unterschiedlich starken Ausprägungen. Ein Zukunftsszenario stellt diese Kombinationen und deren Auswirkungen zusammenhängend dar und erläutert sie anhand einer konsistenten Handlung. In Design Futuring sind Szenarien ein Mittel, um einen emotionalen Bezug und tieferes Verständnis über die kausalen Zusammenhänge zu generieren. Dieser Ansatz grenzt sich klar ab von den in der Unternehmensberatung üblichen Szenariorechnungen, die die qualitativen Auswirkungen eines Trends prognostizieren möchten.

Was ist Defuturing?

Gestaltung erschafft Neues. Und »zerstört« meist unweigerlich etwas anderes. Wird zum Beispiel ein Stuhl aus Holz gestaltet, muss dafür ein Baum gefällt werden. Die Nachhaltigkeit von Design wird in diesem Zusammenhang oft an der Ökobilanz eines Produkts gemessen. Ein Produkt ist nachhaltig, wenn die

genutzten Ressourcen die natürliche Regenerationsfähigkeit der betroffenen Ökosysteme nicht überstrapazieren und somit dauerhaft zerstören. Der Begriff Defuturing erweitert den Gedanken der Ökobilanz um den Aspekt der zerstörten Möglichkeiten in der Zukunft. Hier lautet die zentrale Frage, ob unsere heutigen Entscheidungen die Möglichkeiten nachkommender Generationen einschränken oder gar zerstören. Tony Fry, der mit seinem Buch →  **Defuturing: a new design philosophy** den Begriff prägte, beklagt, dass Design selbst einen großen Beitrag an »Killing the Future« hat. Dabei kritisiert er sowohl die Gestaltung von Produkten, die offensichtlich nicht nachhaltig sind (Ökobilanz) als auch Produkte, die uns bewusst um Möglichkeiten in der Zukunft berauben. Zum Beispiel Smartphones, die nach 2 Jahren unbrauchbar werden, weil es keine Software-Updates mehr gibt. Defuturing ist somit einer der zentralen Grundgedanken, die unerlässlich sind für ein tieferes Verständnis der Design-Futuring-Methoden.

Ist Design Futuring nicht eher etwas für Unternehmensberaterinnen? Was ist die Rolle der Gestalterinnen?

Design Futuring umfasst weit mehr als hübsche und emotionale Szenarien zu entwerfen, die mediale Aufmerksamkeit bekommen. Für fundierte Innovation, Kritik, Spekulation braucht es eine informierte Meinungsbildung und Entscheidungsfindung über die relevanten strategischen Handlungsfelder unter den Stakeholderinnen, zum Beispiel das Management, Politikerinnen, Lobbyistinnen. Nur so entsteht aus einer Vorstellung über die Zukunft ein Weg in diese Zukunft. Design im »klassischen« Sinn kommt tendenziell zu spät ins Spiel, wenn das Briefing für ein konkretes Problem bereits auf dem Tisch liegt oder das Produkt schon voll »durchdekliniert« ist. Viel zu oft überlassen Designerinnen den Unternehmensberaterinnen den vorgelagerten Schritt der Strategieberatung. Aber gerade bei der Meinungsbildung zwischen Stakeholderinnen und Entscheiderinnen können strategische Gestalterinnen einen großen Mehrwert leisten: Indem sie eine der Kernkompetenzen des Design einbringen, nämlich ihre Fähigkeit, aus vielen einzelnen Perspektiven eine Synthese zu bilden.

Was ist der Unterschied zwischen Design Futuring und Strategic Design?

Strategische Gestalterinnen unterstützen Organisationen bei der Strategieentwicklung. Sie erdenken Zukunftsszenarien, moderieren die strategische Entscheidungsfindung und initiieren die Umsetzung durch ganzheitliche Lösungen, von denen alle Stakeholderinnen profitieren, siehe auch →  **Dark matter and trojan horses: a strategic design vocabulary**. Dazu benötigen strategische Gestalterinnen vielseitige Denkwerkzeuge und zukunftsorientierte Methoden, aber auch ein fundiertes Wissen in Design- und Zukunftsforchung und Erfahrung in Design-Management und Moderation.

Innerhalb dieses breiten Spektrums ist Design Futuring eine wichtige Kompetenz für strategische Gestalterinnen, die sehr früh in der Strategieentwicklung Einfluß nehmen möchten, um das Zielbild und spätere Briefing maßgeblich zu beeinflussen. Somit kann Design Futuring auch als eine Vertiefungsrichtung innerhalb von Strategic Design angesehen werden.

Was ist der Unterschied zwischen Design Futuring und Speculative Design?

Was genau die Definition von Speculative Design ist bzw. nicht ist, darüber wird kontrovers diskutiert, siehe →  **Beyond speculative design: past, present – future** und →  **Critical Design FAQ**. Für uns ist der zentrale Gedanke des Speculative Design: Mit Hilfe von Artefakten Geschichten zu erzählen, um alternative (wünschenswerte) Zukünfte erlebbar zu machen, damit diese mit einem breiten Publikum diskutiert werden können. Somit ist Speculative Design ein grundlegender Bestandteil von Design Futuring. Genauer gesagt: Speculative Design ist gleichzusetzen mit dem Schritt → **Narrative S. 88** im Design-Futuring-Prozess. Dass im Speculative Design die Schritte »davor« und »danach« (wir nennen sie in diesem Buch → **Exploration S. 34** und → **Strategie S. 116**) wenig bis gar nicht thematisiert werden, wird in der Design-Community berechtigterweise kritisiert. Diese »Schwächen« aufzugreifen und konkrete Ergänzungen vorzuschlagen ist eines der zentralen Anliegen des Buchs »Zukünfte gestalten«.

Was ist der Unterschied zwischen Design Futuring und Design Thinking?

Design Futuring und Design Thinking klingen ähnlich, sind aber sehr unterschiedlich. Die beiden Ansätze unterscheiden sich grundlegend in ihrem Wirkungsfeld, ihrer Gestaltungsabsicht und dem adressierten Zeithorizont. Design Thinking wurde in den 2000er-Jahren als neuer Ansatz propagiert und gewann vor allem durch die Stanford d.school und die Agentur IDEO weltweit an Popularität. Allerdings ist Design Thinking bis auf wenige Nuancen nur eine neue Verpackung des etablierten User-Centered Design (Deutsch: Nutzerorientierte Gestaltung, siehe →  **DIN EN ISO 9241-220**, vollständige Quellenangabe auf S. 253), das seit langem in der Produktgestaltung eine Standardvorgehensweise ist. Der Klassiker →  **The design of everyday things** aus dem Jahre 1988 von Don Norman ist ein guter Beleg hierfür. Das Einsatzgebiet von Design Thinking ist primär die Entwicklung von kommerziellen Produkten mit sehr guter Gebrauchstauglichkeit. Im Idealfall also Produkte, die Probleme von Menschen lösen. Im schlechten Fall Produkte, die Luxusbedürfnisse befriedigen und dann meist wenig nachhaltig sind. Design Thinking verfolgt ausschließlich die Gestaltungsabsicht Innovation und orientiert sich an den marktüblichen Produktzyklen, zum Beispiel nächstes Quartal, nächstes Jahr, in zwei Jahren. Bei Design Futuring reichen die Zeithorizonte wesentlich weiter in die Zukunft, sondieren dort Produkte und Lösungen und explorieren deren direkte und indirekte Konsequenzen. Die Gestaltungsabsicht im Design Futuring sind neben Innovation oftmals auch Kritik und Spekulation.

Was ist der Unterschied zwischen Design Futuring und Zukunftsforschung?

Zukunftsforscherinnen beschäftigen sich entweder mit einem theoretisch »philosophischen« Blick mit dem Phänomen der Zukunft (siehe →  **Einblicke, Ausblicke, Weitblicke: aktuelle Perspektiven in der Zukunftsforschung**) oder entwickeln und nutzen wissenschaftlich robuste Methoden, um Signale zu erkennen, Szenarien abzuleiten und Prognosen aufzustellen. D. h. es gibt eine theoretische und eine angewandte Strömung. Wir beziehen uns hier auf die angewandte Zukunftsforschung, da diese am meisten Schnittmengen mit Design Futuring hat. In der angewandten Zukunftsforschung liegt der Fokus in der Trendforschung und Szenariotechnik, also in der ersten Hälfte des Design-Futuring-Prozesses: → **Entdecken S. 34**, → **Vertiefen S. 52** und → **Szenarien S. 66**. Zukunftsbilder mittels → **Narrative S. 88** greifbar zu machen und die gesamte dritte Phase → **Meinungsbildung S. 116** und → **Transformation S. 144** wird oft ausgeblendet. Denn im Gegensatz zu Design Futuring agiert die Zukunftsforschung tendenziell agnostisch und stellt plausible, wahrscheinliche und unwahrscheinliche Szenarien (sogenannte »Wildcards«) neutral gegenüber. Mit Design Futuring verfolgen strategische Gestalterinnen stets eine → **Gestaltungsabsicht S. 28**, wenn sie Zukunftsszenarien entwerfen. Und sie sind aktiv in die Meinungsbildung über eine wünschenswerte Zukunft involviert. Insofern unterscheidet sich die Zukunftsforschung nicht nur in ihrem Anwendungsbereich von Design Futuring, sondern auch in der Herangehensweise.

Wie geht es weiter mit Design Futuring?

Immer mehr Zukunftsforscherinnen, Designerinnen und Beraterinnen interessieren sich für Design Futuring vgl. →  **An Unresolved Mapping of Speculative Design**. Der starke Fokus von Design Futuring auf unmittelbar erlebbare Zukunftsszenarien ermöglicht es, dass komplexe Zukünfte mit Nicht-Expertinnen diskutiert werden können, zum Beispiel in Bürgerbeteiligungen. Diese Diskursfähigkeit (Englisch: Futures Literacy) wird besonders vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung sogenannter »Emerging Technologies« immer relevanter, da der kommerzielle Einsatz einzelner Technologien weitreichende gesellschaftliche Folgen mit sich bringen kann. Die United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) geht sogar so weit, Futures Literacy als eine »essential competency for the 21st century« zu bezeichnen und hat 2012 zu diesem Thema ein eigenes Programm ins Leben gerufen: →  **What Is »Futures Literacy« and Why Is It Important?** Aber auch die zunehmende Verschmelzung von Design und Strategieberatung führt dazu, dass eigenständige Design-Futuring-Netzwerke, Initiativen und Konferenzen innerhalb der Design-Community entstehen, wie zum Beispiel die von **Phil Balagtas** gegründete →  **Design Futures Initiative** mit weltweiten »Speculative Futures Meetups«. Daher denken wir, dass Design Futuring sowohl bei der Strategieentwicklung im unternehmerischen Kontext als auch in Bürgerbeteiligungsprozessen eine neue partizipative Praxis für Gestalterinnen werden wird.