

Heimatdesign. Untersuchung möglicher Zukünfte von Heimat und Design

Die Tagung „Diskurs der Topologie: Sprache und Raum im urbanen System“ nimmt sich laut Einladung vor, „einen Katalog von Harmoniebegriffen zu versammeln, der als wichtiges Hilfsmittel der Orientierung wesentliche Wirkung auszuüben vermag auf die konkrete Arbeit in urbanen Wohnquartieren“. Heimatdesign als Gegenstand einer designwissenschaftlichen Forschungsarbeit zielt auch auf die Quartiersgestaltung und wird aktuell in einem konkreten Projekt praktiziert. Im Folgenden wird Heimatdesign als gestalterisches Tätigkeitsfeld beschrieben, die Rolle der Designforschung in diesem Zusammenhang geklärt sowie das besagte Projekt vorgestellt.

Wenn wir von Heimatdesign sprechen, geht es zunächst darum, sowohl einen Heimat- als auch einen Designbegriff zu explizieren, der es jeweils erlaubt, Heimat zu gestalten. Dabei wartet die praktische Gestaltung nicht erst auf Harmoniebegriffe, sondern entwickelt selbst aus der Notwendigkeit der Situation heraus eine Praxis, die wiederum einfließt in die Theorie. In der konkreten Arbeit im urbanen Wohnquartier steht das Machen im Vordergrund – oft bleibt keine Zeit, nachzudenken. Intuition ist gefragt. So wird die Vermittlung der Gestaltungstheorie auf die Ausbildung vorverlegt, auf dass gebildete (soziale) Gestalter die Arbeit im urbanen Wohnquartier unternehmen. Heißt der Sozialarbeiter dann Sozialdesigner? Was bedeutet das Bestreben, sich gestaltend in Gebiete einzumischen, die dem Design bislang nicht explizit zugeordnet wurden, für die Design-Profession? Und: Kann man Intuition lernen?

Ein „Katalog von Harmoniebegriffen“, der Hilfsmittel der Orientierung zu sein vermag, klingt verlockend. Aber wem steht er zur Verfügung? Weltweit leben über eine Milliarde Menschen in Hüttensiedlungen, in Slums am Rande der Megacities. Diese Stätten der improvisierten Vorläufigkeit „sind die dynamischsten Teile der am schnellsten wachsenden Städte der Welt – selbstgebaut und selbst-entworfen“¹. Schätzungen gehen davon aus, dass in der Mitte des 21. Jahrhunderts drei Milliarden Menschen in Slums leben

¹ Steffen, Alex (ed.): World Changing. Das Handbuch der Ideen für eine bessere Zukunft, München 2008, S. 244.

werden². Die dort lebenden Menschen gestalten ihre Behausungen aus Lehm und Wellpappe schneller als Stadtplanung und Heimatdesign mithalten können³. Welche Aufgaben hat Design, wenn jeder selbst gestaltet? Wo sind die designspezifischen Fähigkeiten und Ansätze? Antwort darauf möchte die Forschungsarbeit Heimatdesign geben.

Heimat

Es geht im Heimatdesign um die Gestaltung *von* Heimat und nicht um gestaltete Produkte *aus* der Heimat. Dies ist ein wichtiger Unterschied und distanziert Heimatdesign von Trends der Regional-Vermarktung. Freilich kann regionale Produktion Teil von Heimatdesign sein, aber sie ist es nicht zur Gänze. Es geht um Heimat selbst. Was nun ist Heimat und wie kann man sie gestalten?⁴

Heimat als Begriff zieht nicht nur Erinnerungen und Erwartungen auf sich, sondern, besonders als genuin deutscher Begriff, auch Argwohn. Heimatdesign macht es sich allerdings nicht zur Aufgabe, dem Begriff Heimat in kulturgeschichtlicher Hinsicht Rechnung zu tragen, sondern will die Eignung von Heimat zur Gestaltung reflektieren und praktisch erproben. Davon abgesehen, was Heimat außerdem noch bedeuten kann, konzentriert sich Heimatdesign also auf *Heimat als gestaltbare*. Auf welche Grundlagen sich dieses Unternehmen dabei stützt, und warum wir vorschlagen, Heimat nicht als Gewesene zu betrachten, sondern als Zukünftige zu gestalten, soll im Folgenden erläutert werden.

Dem Begriff Heimat nähert man sich zunächst durchaus mit Skepsis, bedenkend, dass er speziell in der deutschen Geschichte als Schlagwort verzerrt und missbraucht wurde. Vermutlich kann es schwerlich gelingen, diesen Begriff ohne die verstaubte Patina von Rückwärtsgewandtheit und Lokalpatriotismus zu betrachten. Vielleicht aber gibt ihm der Zusatz „Design“ den nötigen Schwung nach vorne.

² Vgl. Steffen, Alex (ed.): a. a. O., S. 245.

³ Vgl. Bendiksen, Jonas: So leben wir. Menschen am Rande der Megacitys, München 2008.

⁴ „Heimat ist mehr als nur Scholle“: Die Forschungsarbeit Heimatdesign startete ursprünglich mit der Beschäftigung mit dem aus dem Weinbau kommenden Begriff „Terroir“, inspiriert durch die Arbeit des Winzers Nicolas Joly (Joly, Nicolas: Beseelter Wein. Biologisch-dynamischer Weinbau, Ostfildern 2000). Vgl. aktuell auch: Lange, Cornelius und Fabian Lange: Heimat ist mehr als nur Scholle, in: Die Zeit Nr. 21, 66. Jg., Sonderbeilage: Essen ist Heimat, Mai 2011, S. 29f.

Zunächst blicken wir jedoch zurück zum Ursprung des Begriffs Heimatdesign. Der nahm seinen Ausgang in der Lektüre des Romans *Heimatmuseum* von Siegfried Lenz. Im Roman zerstört der Protagonist durch Brandstiftung das Heimatmuseum, das er nach der Flucht aus seiner alten Heimat Masuren in Norddeutschland wiederaufgebaut hatte. Die Begründung prägt den gesamten Roman in Form eines narrativen Interviews. Die biografische Erzählung schildert, was Heimat auszumachen scheint: die Sprache, die Menschen und ihre Namen, die Gegenstände des Alltags, die Orte der Kindheitsausflüge und -abenteuer, die Mythen, gesponnen um die masurische Seenlandschaft, die Gerüche der mütterlichen Küche und des väterlichen Labors, die Farben der Jahreszeiten, das Essen, die Geschichten und Beziehungen. Stets den durch die Brandstiftung augenscheinlich gewordenen Verlust im Bewusstsein, stellen sich die Fragen: Was ist Heimat? Hängt sie an etwas? Wenn überhaupt, wie manifestiert sie sich? Und: Kann man Heimat verlieren, oder muss man sie nicht immer erst gewinnen? Mit Blick auf die Philosophie Ernst Blochs lässt sich auch in diesem Roman erkennen: Heimat ist eine stets sich zu erarbeitende. Obwohl der Roman vordergründig lediglich Vergangenes verhandelt, und so von einer „verlorenen Heimat“ erzählt, nährt er die Idee, dass Heimat nicht nur verlorene, sondern vielmehr eine ist, die reflexiv bereits existiert, aber erst in der Realisation dieses Heimatentwurfs Gestalt annimmt und Realität wird.

So lässt sich der eingangs als „heikel“ beschriebene Begriff Heimat von (mindestens) zwei Seiten betrachten: Je nachdem, wo die Vision Heimat reflexiv angesiedelt wird, in der Vergangenheit oder aber in der Zukunft, erscheint sie als verlorene oder als zu gewinnende. Lenz bringt die besagten zwei Seiten der Medaille Heimat zum Ausdruck, wenn er seinen Protagonisten zu bedenken geben lässt: „Sie möchten (...) die Heimat verantwortlich machen für eine gewisse Art hochmütiger Beschränktheit, sie möchten ihr Fremdenhaß anlasten, den bornierten Dünkel der Seßhaftigkeit, Sie möchten sie verstehen als geheiligte Enge, in der man sich unvermeidlich seine Erwähltheit bestätigen muß, mit einem gehobelten Brett vor dem Kopf (...) ich gebe zu, daß dieses Wort in Verruf gekommen ist, daß es (...) so schwerwiegend missbraucht [wurde], daß man es heute kaum ohne Risiko aussprechen kann. Und ich sehe auch ein, daß es in einer Landschaft aus Zement nichts gilt, (...) in den kalten Wohnhöhlen aus

Fertigteilen, das alles zugestanden; aber wenn es schon so ist: was spricht denn gegen den Versuch, dieses Wort von seinen Belastungen zu befreien? (...) Heimat, das ist für mich nicht allein der Ort, an dem die Toten liegen; es ist der Winkel vielfältiger Geborgenheit, es ist der Platz, an dem man aufgehoben ist, in der Sprache, im Gefühl, ja, selbst im Schweigen aufgehoben, und es ist der Flecken, an dem man wiedererkannt wird; und das möchte doch wohl jeder eines Tages: wiedererkannt, und das heißt: aufgenommen werden...“⁵

Diese Aufzählung versammelt einige Punkte, die Heimat als Begriff charakterisieren, auf den von zwei sich diametral gegenüber liegenden Standpunkten geblickt werden kann. Zudem wird dem Begriff „Heimat“ die Gültigkeit „in den kalten Wohnhöhlen aus Fertigteilen“⁶ abgesprochen – eine besondere Herausforderung für Heimatdesign im urbanen Wohnquartier! Der ambivalente Begriff Heimat hat neben seiner Geschichte der Instrumentalisierung für propagandistische Zwecke auch etwas mit Gegenwart und Zukunft zu tun: „Heimat (...) ist (...) nicht allein der Ort, an dem die Toten liegen“⁷, es ist auch „der Flecken, an dem man wiedererkannt wird“⁸. Besonders dieser letzte Teilaspekt charakterisiert Heimat als zukünftig. Der zeitliche Aspekt wird klar in der Formulierung: „und das möchte doch wohl jeder eines Tages: wiedererkannt (...) werden...“^{9 10} Hier wird ein Wunsch formuliert, also nicht etwas, das verloren wurde. Gleichwohl ist Heimat „in Verruf gekommen“¹¹ – eine weitere Herausforderung und Chance für Heimatdesign.

Sobald „Heimat“ ausgesprochen wird, stehen dem Design antithetische Aspekte im Raum: Borniertheit, Rückwärtsgewandtheit, begrenztes Blickfeld. Es ist nicht unsere Absicht, Heimat von „seinen Belastungen“¹² zu befreien. Zu fest haften diese Belastungen als geschichtlicher Zement daran.

⁵ Lenz, Siegfried: Heimatmuseum, Hamburg 1978, S. 120.

⁶ Ebd.

⁷ Ebd.

⁸ Ebd.

⁹ Ebd.

¹⁰ Gutes Design wäre in diesem Sinne dann nicht das mit dem „Wow-Effekt“, sondern ein mitunter unauffälliges, eines das wiedererkannt wird und scheinbar nichts Neues ist. Dem Menschen Gewohntes verbessert, harmonischer und unauffällig zur Verfügung zu stellen, kann auch eine Herausforderung für Design sein. Ziel wäre dabei, dass der Nutzer des Designs vieles wiedererkennt, und dass er zudem versteht, was er selbst damit machen kann und, angelehnt an unsere Heimat-These, sich und seine Bedürfnisse darin aufgehoben fühlt.

¹¹ Lenz, Siegfried: a.a.O., S. 120.

¹² Ebd.

Den designerischen Meißel der Moderne anzusetzen, um die Katastrophen des vergangenen Jahrhunderts abzarbeiten, scheint anmaßend.

Heimat ist zudem freilich kritisch zu betrachten in einer Gegenwart, in der Flüchtlingslager zu zerbersten drohen. Massenweise Migration, Verfolgung, Vertreibung, globale Probleme des Klimawandels und des ökonomischen Ungleichgewichts, sowie der mangelnden politischen und sozialen Teilhabe eines großen Teils der Weltbevölkerung machen Heimat scheinbar zum Luxusproblem. Zahllose Menschen scheinen nicht im Geringsten Chance auf Heimat zu haben, weder die Chance, ihre Ursprungsheimat selbständig und frei zu gestalten, noch Chance, ihr in eine neue Heimat zu entfliehen. Wir unterstellen dennoch: Der Entwurf auf eine bessere Zukunft hin wohnt dem Menschen als Wesenszug inne. Diesen Entwurf einer optimalen Zukunft als Utopie, mag sie in ihrer Realisation als *konkrete Utopie* (Bloch) auch nur wenig und relativ besser sein, nennen wir Heimat. Heimatdesign möchte sich nicht daran erschöpfen, den Heimatbegriff zu rehabilitieren. Dieser Versuch, der zumindest im Diskurs bereits unternommen wurde, führte bislang dazu, dass der dunkle und klebrige Fleck, der an Heimat geschichtlich bedingt haftet, verschmiert und alles nur umso schleierhafter wurde. Heimatdesign möchte Heimat lediglich aber ausdrücklich Heimat handhaben – handhaben als entwerf-, projizier-, gestalt- und damit realisierbar.

Designwissenschaft

Die Designwissenschaft soll Wissen generieren, das etwas über den (Heimat-)Designprozess verrät und ihn so effektiver macht.¹³ Wobei effektiver nicht schneller, höher, weiter bedeuten muss, sondern auch moderat, maßvoll, nachhaltig, kurz: angemessen bedeuten kann. Designwissen soll der Designpraxis selbst dienen. Wobei diese sich zusehends auf Ziele außerhalb der klassischen Design-Bereiche richtet und auf gesellschaftliche Belange ausdehnt. So gehört zu der Gestaltung urbaner Wohnquartiere nicht nur die stadtplanerische. Dazu gehört auch die Gestaltung von eigentlich Unsichtbarem: von Kommunikation und Kooperation, von Beziehungen und Netzwerken – im Grunde von dem, was auch Heimat ausmacht. Herbert Simon drückt diese Auffassung von Design

¹³ Einen Einblick in die aktuelle Diskussion gibt der Band: Romero-Tejedor, Felicidad und Wolfgang Jonas, (eds.): Positionen zur Designwissenschaft, Kassel 2010.

folgendermaßen aus:

„Jeder ist ein Designer, der Abläufe ersinnt, um bestehende Situationen in erwünschte zu verwandeln. Intellektuelle Aktivität, die materielle Artefakte produziert, ist nicht grundsätzlich verschieden von jener, die (...) eine Politik der sozialen Wohlfahrt für einen Staat entwirft.“¹⁴

Stand ehemals das Produkt als fertiges Designobjekt am Ende der wahrnehmbaren Produktionskette, so verschwindet Design zunehmend in den Hintergrund und die Zwischenräume. Der Designer entwirft und realisiert nicht mehr nur brauchbare und ästhetisch ansprechende Formen, sondern agiert in besagten Hintergründen und Zwischenräumen als Vermittler, Moderator, Brückenbauer. Im Hinblick auf Heimatdesign könnte der Designer auch derjenige sein, der die Invarianz der Richtung (Bloch) als Vision im Blick behält, und sie den anderen Akteuren kraft seiner Fähigkeit der Visualisierung pointiert vor Augen führt. Kurz: Design kümmert sich mehr um Prozesse und Abläufe als um den Feinschliff am Ende – es geht um den „Flow“¹⁵. Designer, die sich vom gestalteten materiellen Produkt verabschieden, haben praktische Gründe: Die Aufforderung, weniger zu konsumieren angesichts dem viel beschworenen Stichwort der Nachhaltigkeit leuchtet ein. Das macht materielle Produkte für Gestalter zunehmend uninteressant. Die Konzentration auf neue Bereiche der professionellen Gestaltung hängt eng zusammen mit der Vorstellung davon, was „gutes Leben“ und damit Heimat bedeutet. Zunehmend wird deutlich, dass gutes Leben nicht einfach durch mehr Konsum zu erreichen ist.¹⁶ Designer, die sich dieses Zusammenhangs bewusst sind, konzentrieren sich also eher auf das gute Leben anstatt der Produkte, die darin (mitunter als Stolpersteine) herumliegen.

Was unterscheidet nun die bekannten Design-Artefakte von denen, die das Design produziert, das die Designwissenschaft und speziell die Forschung über Heimatdesign interessiert? Ansatz von Design ist immer der Wunsch, etwas zu verbessern. Wenn der Fokus, zumal der nicht in den Designprozess

¹⁴ Simon, Herbert A.: *The Science of the Artificial*, Cambridge 1969, hier zitiert aus der deutschsprachigen Ausgabe: Simon, Herbert A.: *Die Wissenschaft vom Künstlichen*, Wien 1994, S. 95.

¹⁵ vgl. Manzini, Ezio: *Space and pace of flows*, Beitrag auf der Tagung *Doors of Perception 7: Flow*, Amsterdam 15.-16.11.2002, http://flow.doorsofperception.com/content/manzini_trans.html

¹⁶ Ebd.

Involvierten gemeinhin eher auf dem fertig und vollendet Gestalteten (auf dem „bekannten Artefakt“) lag, verschiebt sich der Fokus zusehends auf unfertige, unvollendete, unklare Bedürfnisse (auf „unbekannte Artefakte“). Die anstehenden und überfälligen Problemlösungen liegen mitunter in Bereichen des nicht materiell Produkthaften – es gibt genug Dinge auf der Welt. Vielmehr gewinnt ein Design an Bedeutung, das soziale Verantwortung übernimmt. Der Fokus liegt daher nicht auf den Produkten für eine konsumorientierte Gesellschaft, sondern auf Ideen für eine potenzielle Post-Konsum-Gesellschaft.¹⁷

Wissensproduktion im Design, solchermaßen erweitert, wird auf die unterschiedlichsten Arten kategorisiert und umschrieben. Wolfgang Jonas arbeitet mit einer Dreiteilung: *Forschung-über-Design* (z.B. Designgeschichte), *Forschung-für-Design* (z.B. Materialforschung) und *Forschung-durch-Design* (Jonas: *ResearchthroughDesign*). Während *Forschung-über-Design* sozusagen von außen agiert, den Gegenstand ihrer Untersuchung auf Distanz haltend, ist der Designer bei der *Forschung-durch-Design* unmittelbar involviert und gestaltet selbst den Forschungsgegenstand. Wenn der Forschungsgegenstand wie im Falle dieser Tagung also *Sprache und Raum im urbanen System* und auf der konkreten Ebene *die Gestaltung urbaner Wohnquartiere* ist, sollte *Forschung-durch-Design* im Stande sein, einen originären Beitrag zu leisten, der den theoretischen Diskurs um ein Wissen ergänzt, das aus der Praxis gewonnen wird. Was Design nun in diesem Zusammenhang auszeichnet, ist seine Praxis im *Entwerfen*, und zwar über Wissenslücken hinweg. Da Heimat zukünftig ist, und wie oben beschrieben mitunter unerreichbar fern erscheint, ist Heimatdesign genötigt, über weite Wissenslücken hinweg zu entwerfen, um sich in Teilrealisationen Heimat als konkreter Utopie anzunähern. Diese Fähigkeit steht im Mittelpunkt des Interesses der Designwissenschaft als *ResearchthroughDesign*.

Heimatdesign als Projekt

¹⁷ Vgl. Veröffentlichungen von Niko Paech zum Thema Postwachstumsökonomie, z.B. Paech, Niko: Die Postwachstumsökonomie – ein Vademecum, in: Zeitschrift für Sozialökonomie (ZfSÖ) 46. Jg./160-161. Folge, April 2009, S. 28-31.

Die Untersuchung von Heimatdesign probiert sich gemäß der Methode *ResearchthroughDesign* selbst im Projekt *ForstFeldGarten*¹⁸ aus. Dieses Projekt nahm seinen Ausgang auf einer Brachfläche im Kasseler Stadtteil Forstfeld. Den Menschen dort einen Ort zu bieten, an dem sie sich betätigen, sich vernetzen und Wurzeln schlagen können, ist gemeinsam erklärtes Ziel der heterogen zusammengesetzten Projektgruppe. Gemeinsam mit der *Mach-Was-Stiftung*, dem Verein *Essbare Stadt* und den Sozialarbeitern einer ortsansässigen Wohnungsbaugesellschaft sind wir aktuell dabei, die Voraussetzungen für den *ForstFeldGarten* zu schaffen¹⁹. Da geht es zunächst um praktische Fragen: Wie macht man das Land urbar, welche baulichen Maßnahmen müssen unternommen werden und vor allem, wie viel planen wir? Wann geben wir unseren Entwurf aus der Hand und lassen die Menschen gestalten, deren Projekt es eigentlich werden soll. Diese Freifläche ist ihr konkreter *Möglichkeitsraum*. Also: Wieviel (professionelle) Gestaltung muss mindestens sein und wieviel darf höchstens sein? Wie unterstützt man sanft den Prozess des Sich-zu-Eigen-Machens durch die Bewohner des Stadtteils? Kann man Partizipation gestalten? Und in Bezug auf diese Tagung gefragt: Helfen Harmoniebegriffe weiter?²⁰ Was kann Wissenschaft zur Verfügung stellen, dass aus dem *ForstFeldGarten* ein „Winkel vielfältiger Geborgenheit“ wird, ein „Platz, an dem man aufgehoben ist“, und zwar aufgehoben „in der Sprache“, „im Gefühl“, „ja, selbst im Schweigen aufgehoben“, ein „Flecken, an dem man wiedererkannt wird“²¹. Ein im Projekt zu verifizierender Vorschlag wäre, dass der professionelle Anteil von Gestaltung urbaner Wohnquartiere möglichst unsichtbar gestalten bzw. das Unsichtbare gestalten sollte. In unserem Falle wären das namentlich Systeme, Raum und Netzwerk, sowie Kognition, Kommunikation und Kooperation. Diese Begriffe führt Rainer E. Zimmermann als wesentlich für die systematische und methodische

¹⁸ Der Name ergibt sich nicht nur aus dem Stadtteil Forstfeld, sondern aus der dreigliedrigen Konzeption: Permakultureller Waldgarten (Forst), Selbsternte-Projekt (Feld) und Nachbarschafts-Garten.

¹⁹ Für den Teil des Nachbarschafts-Gartens orientieren wir uns dabei am bewährten Göttinger Modell der Interkulturellen Gärten, www.stiftung-interkultur.de

²⁰ Speziell interessiert hier die Frage: Wie eröffnen wir Möglichkeitsräume und wie gelingt es, dass Menschen sie nachhaltig nutzen und gestalten? Ziel ist es, nicht nur Orte zu bieten, sondern den Menschen Kompetenzen an die Hand zu geben, und entsprechende Ansprechpartner und Koordinatoren zu aquirieren.

²¹ Lenz, Siegfried: Heimatmuseum, Hamburg 1978, S. 120.

Erfassung des Sozialraums als Forschungsgegenstand der „Design Science“ an anderer Stelle ausführlich ein²².

Ein weiterer Vorschlag neben der Unsichtbarkeit von Gestaltung wäre ihre Solidität. Neben morphologischen und formalen Kriterien sollte gute Gestaltung bei aller Neuerung auch solide sein. Mike Wilkens schreibt dazu in seinem Artikel *Raus aus der Eventkultur – In der Welt sein*: „Solide soll heißen, unspektakulär, aber mit Bestand, nachhaltig (...), nicht auf Originalität aus zu sein, sondern (...) statt an modernen lieber an soliden Entwürfen zu arbeiten.“²³

An soliden Entwürfen zu arbeiten bedeutet im Falle von Heimatdesign, nicht ins Blaue hinein zu phantasieren. Es geht vielmehr um eine Phantasie, die Ernst Bloch *exakt* genannt hat, weil sie nicht beliebig vorgeht²⁴. Die oben erwähnten Wissenslücken gezielt entwerferisch zu überspringen und damit nicht zu irgendwelchen, sondern zu konkreten Entwürfen zu gelangen, ist Forschungsgegenstand der Designwissenschaft und Ziel und Aufgabe von Heimatdesign.

²² Zimmermann, Rainer E.: Die Idee einer Design Science. Vorstellung eines Projekts, Vortrag im Institut für Jugendarbeit Gauting am 02.02.2008.

²³ Wilkens, Mike: Raus aus der Eventkultur – In der Welt sein, www.bdada.de/13.001.htm

²⁴ vgl. Zimmermann, Rainer E.: a.a.O.