

# INHALT

- 8 VORWORT
- 12 **KAPITEL 1 (PRÄLUDIUM): ZWEI BEGRIFFE  
ZWISCHEN SEMANTISCHER UNSCHÄRFE UND  
WISSENSCHAFTLICHER FUNDIERUNG**  
Begriffe mit Steinbruchmentalität 14 • Design in aller Kürze:  
Von *designare* zum Design 16 • Design zwischen Lifestyle und  
Wissenschaft 19 • Nachhaltigkeit in aller Kürze: Von Carlowitz zu  
den SDGs 23 • Nachhaltigkeit zwischen Lifestyle und Wissenschaft 28  
Design braucht Sinnhaftigkeit, Nachhaltigkeit braucht Sinnlichkeit 32
- 36 **KAPITEL 2: DIE GEBURT DES DESIGNS UND  
DER NACHHALTIGKEIT AUS DEM GEIST DER  
INDUSTRIALISIERUNG**  
Ares steht für das Design – ein Drama in fünf Akten 39  
Aphrodite steht für die Nachhaltigkeit 47 • Im Netz des Hephaistos 49  
Die Grundfragen des Nachhaltigen Designs 50
- 60 **KAPITEL 3: GEBURTSHELFER DES DESIGNS UND DER  
NACHHALTIGKEIT: DIE SCHWELLENZEIT 1750 – 1815**  
Fröhliche Wissenschaft: Mündigkeit und Komplexität 63 • Ordnung  
im Walde: Der Forst als Ressource 65 • Der Moloch wächst:  
Urbanisierung und soziale Disruptionen 68 • Auf neuen Gleisen:  
Beschleunigung und Standardisierung 69 • Revolution, Genie und  
Happiness 71 • Beantwortung der Gretchenfrage 73
- 76 **KAPITEL 4: ÄSTHETISCHE DISKURSE ERÖFFNEN  
DEN WIRKUNGSBEREICH DES DESIGNS**  
Skulptur und Diskurs 78 • Mimetische Variationen 79 • Kunst und  
Erlösung 81 • Laokoons normative Einfalt 81 • Goethes prometheische  
Originalität 84 • Wackenroders ästhetische Herzenergießungen 86  
Hegels absolute Kunstreligion 88 • Schillers ästhetische Revolutions-  
Prophylaxe 90 • Ort der Kunst – Platz der Kunst 93 • Kunst und Design 95

- 98      **KAPITEL 5: RELIGIÖSE MUSTER UND ETHISCHE FRAGEN IM NACHHALTIGEN DESIGN**  
Hegen, Pflegen, Unterwerfen 100 • Feuer, Fluten und Propheten 101  
Das Laster der Propheten 103 • Von Jonas zu Jona 105 • Zeigefinger, Mittelfinger, Fehlschlüsse 108 • Prävalenz der Innerlichkeit 112  
Der Luther-Gap 113 • Weber, Wachstum, Protestanten 114 • Lob des Ablasshandels 115
- 118      **KAPITEL 6: NACHHALTIGES DESIGN UND UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG**  
The Business of Business is Business 121 • Mit Friedman gegen Friedman 122 • Philanthropischer Zuckerguss 123 • Stockholder versus Stakeholder 125 • Konvergenz von CSR und Nachhaltigkeit 126  
Ein Treuhand-Moment 128 • Viele Pfade, kein Mittelweg 129 • Drei Typen von Greenwashing 131 • Nachhaltiges Design und *Entrepreneurial Passion* 132 • Unternehmerische und gesellschaftliche Innovationen 134 • Skalen, Exemplare und Diskurse 136 • Markt und Innovation 138
- 140      **KAPITEL 7: VON DER STOFFLICHKEIT ZUR SCHÖNEN FORM: NACHHALTIGES DESIGN IM ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG**  
Impressionen vom nebligen Neuland 142 • Begehren nach Distanz-kommunikation 143 • Begehren nach Speichern und Abrufen 145  
Begehren nach instantaner Verfügbarkeit 146 • Begehren nach Faustkeil und Zauberstab 149 • Begehren nach Sichtbarmachen des Unsichtbaren 149 • Oberfläche und Tiefe 151 • Zergliedern des Sichtbaren 152 • Infrastrukturen und Stoffströme der Digitalisierung 154 • Metallurgische Herkünfte 157 • Labyrinth und Kreislauf 158 • Disruptionen der Digitalisierung 161 • Design und Digitalisierung 162

- 166      **KAPITEL 8: KRITERIEN FÜR NACHHALTIGE  
DESIGNPROZESSE**  
 Kriteriologische Anker im Horizont unendlicher Möglichkeiten 168  
 Vom guten Design zum Axiom der Nachhaltigkeit 171 • Nachhaltiges  
 Design als Entwurfsprozess 177 • Nachhaltiges Design behauptet  
 nicht, sondern lässt sich rechtfertigen 179 • Vom Warum zum Wie:  
 Nachhaltiges Design ist verstehendes Design 180 • Vom Wie zum  
 Was: Nachhaltiges Design führt Sinnhaftigkeit und Versinnlichung  
 zusammen 183 • Nachhaltiges Design bedeutet Kongruenz von  
 Inhalt und Form 184 • Der Kreis schließt sich 186
- 190      **KAPITEL 9: NACHHALTIGES DESIGN ALS  
VERMITTLUNG VON KOMPLEXITÄT**  
 Komplexität: Herausforderung und Schlüsselkompetenz des  
 21. Jahrhunderts 193 • Zwischen komplex und kompliziert liegt  
 Design 197 • Von der Ikonografie der Pandemie zur Kommunikation  
 systemischer Risiken 198 • Informationsvisualisierung als  
 komplexitätskompetente Nachhaltigkeitskommunikation 201  
 Handlungsfähigkeit im »Ozean der Inkompetenz« 204
- 208      **KAPITEL 10: NACHHALTIGES DESIGN ALS BRÜCKE  
IN KONKRETE LEBENSWELTEN**  
 Die Vielfalt der Lebenswelten als Teilmengen eines Gesamtbildes 212  
 Ein Kanal ist keine Einbahnstraße 216 • Der Wille zur Transformation  
 ist da 220 • Gräben, wohin das Auge reicht 221 • In der Drachenhöhle 223  
 Pontifex Aestheticus 226 • Gelingende Nachhaltigkeits-  
 kommunikation 227 • Vorläufig nachhaltig 230
- 234      **KAPITEL 11: CONCLUSIO**  
 Nachlese 237 • Nachhaltiges Design und benachbarte Design-  
 Begriffe 241 • Nachhaltiges Design in der Lehre 242 • Indikatoren  
 für die Wirksamkeit von Design 243 • Kairós – rechtes Maß und  
 rechter Augenblick 244
- 246      **LITERATUR**