

Positionspapier – *AV* - Design für umfassende Lebensqualität

Meine Mission ist es, Menschen vom Wert Ihres Lebens so zu begeistern, dass sie es zu einem umfassenden Wohlbefinden gestalten, um sich daran aus vollem Herzen zu erfreuen

„Gesundheit wird von den Menschen in ihrer alltäglichen Umwelt geschaffen und gelebt, dort, wo sie spielen, lernen, arbeiten und lieben.“

(Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung)

Worum geht es: ...den Alltag gesund gestalten....

denn die Kunst des gesunden Lebens passiert im Alltag, findet im Alltag statt – überall dort, wo Menschen spielen, lernen, arbeiten und lieben.

die Kunst des gesunden Lebens:

- betrifft daher alle Lebensbereiche und interagiert mit allen Lebensbereichen – im individuellen und kollektiven „Raum“:
- berücksichtigt individuelle Lebensbedingungen
- darf Spaß machen und lustvoll umgesetzt werden
- hat gesellschaftliche Entwicklungsrelevanz: denn je mehr gesunde / zufriedene / lebensbejahende / freudvolle BürgerInnen, desto.....
 - o stell dir vor, es gibt doppelt so viele Menschen in unserer Region, die gerne auf ihre Gesundheit achten und mit Freude leben
 - o stell dir vor, es gibt halb so viele kranke Menschen
 - o stell dir vor, ...
- betrifft daher auch alle Wirtschaftsbereiche – direkt als anbietender Markt oder indirekt durch Kostenersparnis, Ressourcenschonung usw.
- bewirkt ein positives Self-fulfillment: Motivation für immer mehr Gesundheitsdienstleister (Ärzte, Therapeuten, ..., Innenausstatter, ..., Lebensmittelsektor, ...), die Prävention zu forcieren – dies führt zu einem erhöhten Gesundheitsbewusstsein – es werden immer mehr Lebensbereiche davon umfasst – dies fördert die Nachfrage – der „Präventionsmarkt“ wächst –
- das Gesundheitsbewusstsein als integraler Bestandteil unserer gesellschaftlichen Realität wächst und damit das Verständnis dafür, dass es ohne Gesunderhaltung kein umfassendes Wohlbefinden gibt: health for wealth heißt die Zukunft!

Dieser Markt will kreiert, belebt und genährt werden. Dazu braucht es:

Bewusstseinsbildung:

- durch Vorbildwirkung
 - durch Information und Wissensvermittlung
 - durch Erfahrungsmöglichkeiten
1. Vordenker, Visionäre, Impulsgeber
 2. Breitenwirkung

Zitate aus dem Design-Monat und Gedanken dazu:

„...kann zeitgemäßes Design als Prozess jenen Mehrwert erzeugen, der das Leben angenehmer macht.“ (Mag. Eberhard Schrempf, GF – Creative Industries Styria GmbH)

- ⇒ ‚zeitgemäße‘ Gesundheitskompetenz stellt einen wirtschaftlichen (Gesundheitsmarkt), gesellschaftspolitischen (Kostensparnis, volkswirtschaftlich Relevanz) und persönlichen Mehrwert dar.

„Kreativität ist nicht per se ein Wirtschaftsfaktor. Sie wird es erst dann, wenn es gelingt, die Ideen der kreativen Szene mit Gewerbe, Industrie und Dienstleister zu vernetzen und daraus Innovationen zu entwickeln, die einen nachhaltigen Einfluss auf die positive Entwicklung der Region haben.“ (LR Dr. Christian Buchmann)

- ⇒ ‚Gesundheitsdienstleistung‘ – für eine Kunst des gesunden Lebens: fördert nachhaltig den wahrscheinlich größten Wirtschaftszweig der Zukunft.

„Es geht um intelligente Lösungen, die konkrete Nutzen für die Menschen hervorbringen. Vor diesem Hintergrund sehen wir Design als Entwicklungs- und Wertschöpfungsprozess, ...“ (Mike Fuesz, GF moodly brand identity)

- ⇒ Alltagstaugliche gesundheitsfördernde und –erhaltende Angebote und Strategien, ein „health for wealth lifestyle“, sind grundsätzlich intelligent, weil:
- Sich selbst ‚krank leben‘ ist grundsätzlich das Gegenteil von intelligent
 - Das Wertvollste, was wir ‚besitzen‘, ist immer noch unser Leben, das im Alltag vom Gesundheitszustand abhängig ist. Also schau drauf!

„‘City of Design‘ transportiert eine gewisse aufgeschlossene Grundhaltung gegenüber Design und Gestaltung ... Design betrifft alle Lebensbereiche und ist daher für die nachhaltige Entwicklung einer Stadt und der darin lebenden Menschen von enormer Bedeutung und damit eine Investition für die Zukunft der gesamten Region.“ (BGM Mag. Siegfried Nagl)

⇒ Ich wiederhole: ‚... aufgeschlossene Grundhaltung gegenüber Design und Gestaltung ... Design betrifft alle Lebensbereiche...‘

„Wir müssen dazu übergehen, Design als Prozess zu denken, und vom Produktdesign zum Prozessdesign übergehen.... Nur so lässt sich ‚Design for all‘ als Inklusion umsetzen.“
(Wolfgang Temmel, Künstler)

⇒ Das Verständnis von Design selbst ist einer Entwicklung unterworfen. ‚Design‘ ist daher in seiner Entwicklungsdynamik von einem Metaverständnis zu betrachten. Das was nach heutiger Sicht mit ‚Design‘ umfasst und gemeint ist, wird morgen sowohl in Qualität als auch in Quantität verändert sein.

„In Graz sollte Design als Gestaltungsprozess erlebbar werden, der sich an den Menschen und ihren Bedürfnissen orientiert. Dazu zählen körperliche und psychische Bedürfnisse ebenso wie die Anforderungen des Verstands an unsere Umwelt im weitesten Sinn... Entscheidend wird sein, wie sich die positiven, konstruktiven Kräfte gegen die ... Kräfte der Beharrlichkeit und Innovationsskepsis durchsetzen können.“ (Heimo Lercher, Obmann der Sparte Information und Consulting der WK)

⇒ Es gibt nicht das Produkt ‚gesunde Lebensgestaltung‘, sondern Gesundheit und gesunde Lebensgestaltung ist ein Prozess im Dialog mit den gesellschaftlichen Entwicklungsspektren.