

The Unbearable Lightness Of Making Things

Die unerträgliche Leichtigkeit des Designs



*Bericht einer explorativen Recherche
von Christine Birkhoven*

Mit Unterstützung von

schweizer kulturstiftung

prohelvetia

*«Il arrive qu'un mot désigne un objet
qui n'existe pas.»*

René Magritte, aus
«Les Mots et les Images», 1929

Inhalt

1. Vorwort	7
2. Einleitung	9
3. Grundlagen	
a. Strategien der Normative	12
b. Vier Städte, sieben Interviews	13
c. Nichts los und ganz in Ordnung	14
4. Interviews	
a. London	17
b. Brüssel	25
c. Rheda-Wiedenbrück	43
d. Amsterdam	62
e. Der Videocall	75
5. Thematische Relevanz und Reflexion	85
a. Der DPP und die Rolle des Designs	86
b. Daten: Fluch und Segen zugleich	87
c. Circularity: Zwischen Vision und Realität	89
d. Zwischen Norm und Ausdruck	90
e. Die Rolle von Designer:innen in der Politik	92
f. Etwas verschiebt sich	93
6. Quellen und Literaturverzeichnis	99



1. Vorwort

Beim Abendessen saßen wir immer zusammen, meine Familie und ich, an einem runden dunkelroten Steintisch. An einem Tag, während es recht laut zu sich ging, stumpfte plötzlich alles um mich herum ab und der Fokus schärfte sich auf die Objekte, die vor mir lagen. Ich war noch klein, vielleicht neun oder zehn und mein Kopf stand tief, direkt vor dem Tisch. Wir hatten damals keine kindergerechten Stühle oder ähnliches. Entweder Kissen oder kein Kissen. Jedenfalls, mein Teller war noch leer und ich betrachtete ihn zusammen mit dem Glas rechts daneben. Ich hatte die Gabel in der Hand und fragte mich plötzlich warum diese Objekte so aussahen wie sie aussahen. Ich kann mich noch gut daran erinnern: «All diese Dinge auf dem Tisch, warum haben sie diese Formen?», dachte ich. Ich wusste damals nicht, dass der Beruf, der dafür verantwortlich war, Industrie Design heisst, aber ich stellte die Form des Geschirrs in Frage und wusste plötzlich: Ich möchte diese Dinge, die uns umgeben mitgestalten.

Heute bin ich Industrie Designerin und ich liebe mein Beruf. Das kritische Hinterfragen ist mir bis heute geblieben. Ich glaube es war u.a. der Grund weshalb ich 2008 in die Schweiz gekommen bin und ein Kollektiv mit neun anderen Produktdesigner:innen gegründet habe. Der Name des Kollektivs: Postfossil.¹ Die Gründung beruhte aus Fragen, die wir damals spannend fanden: Wie würde eine Gesellschaft im Postfossilen Zeitalter aussehen? Könnte man als Designer Produkte so gestalten, dass ihre Nutzung unser Verhalten hin zu einer nachhaltigeren Lebensweise führen kann?

Damals war das Thema Peak-Oil in aller Munde. Heute lacht man darüber: Einer der Designer, der ich für diese Arbeit interviewt habe – und der ich sehr schätze, meinte: «But the Stone Age didn't end because they ran out of stone». Haha, sehr witzig, alles klar.

Irgendwann ist mir klar geworden, dass allein der Wille nicht ausreicht, sondern dass man auch die entsprechende Infrastruktur und politische Instrumente braucht, um echte nachhaltige Veränderungen anzutreiben. Deshalb interessiert mich diese Verordnung, die Ecodesign For Sustainable Products Regulation (ESPR)² und ihr Instrument: der digitale Produktpass (DPP)³. Ich möchte der Frage nachgehen ob vor allem der DPP wirklich helfen soll, die Kreislaufwirtschaft voranzutreiben und Produkte langlebiger zu denken und zu nutzen – und weil man solche Initiativen nie isoliert betrachten sollte, welche andere Konsequenzen mit sich bringen wird, vor allem für das Nutzerverhalten und das Produktdesign.

Die folgende Arbeit ist keine Forschungsarbeit sondern eine Recherchearbeit. Eine Recherche, die auf mehrere Interviews basiert und die keinesfalls Objektiv ist. Abgesehen davon, dass Objektivität im Design schwer zu handhaben ist, soll diese Arbeit eher als Momentaufnahme betrachtet werden und vielleicht sogar – oder sehr gerne, als Diskussionsbasis.

Gut. Den Anfang habe ich geschafft. Für mich beginnt hier die eigentliche Arbeit. Für Sie hoffe ich, es lohnt sich sie zu lesen. Viel Spaß!

2. Einleitung

2024 wurde ich auf die Ökodesign-Verordnung² aufmerksam. Die Ökodesign-Verordnung, eine Weiterentwicklung der EU-Ökodesign-Richtlinie, ist im Jahr 2024 in Kraft getreten und ist ein zentraler Bestandteil des Europäischen Green Deals⁴ und des Aktionsplans für die Kreislaufwirtschaft der Europäischen Union. Sie verfolgt das Ziel, Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg umweltfreundlicher zu gestalten und somit den ökologischen Fussabdruck der EU zu verringern. Instrument der Verordnung ist der Digitale Produktpass (DPP)³, der relevante Informationen entlang der Wertschöpfungskette leicht zugänglich machen soll.

Aus der Perspektive einer Designerin, die sich bereits länger mit Nachhaltigkeit und ihren Herausforderungen beschäftigt, halte ich diese Regulierung und ihr Instrument, den digitalen Produktpass (DPP), für besonders relevant. Ich stelle mir vor, dass sie Konsequenzen für die Gestaltung von Produkten mit sich bringen kann. Das ist der Grund, warum ich sie besser verstehen möchte: Aus der Perspektive einer absoluten Regulierungs-Laie wirkt diese Verordnung auf mich fast wie ein lang-ersehntes Versprechen – ein Licht am Ende des Tunnels, durch den sich Nachhaltigkeit bisher eher tastend und im Zig-Zag als zielgerichtet bewegt hat. Aber jetzt ist es so weit – zumindest theoretisch: eine gemeinsame Basis, eine Verordnung für alle. Kein «nice to have» mehr, sondern ein «have to». Zumindest auf dem Papier.

Irgendwann habe ich überlegt, dass es eine gewisse Leichtigkeit hat, Produkte herzustellen, bei der ökologische und soziale Auswirkungen auf die Umwelt nicht berücksichtigt werden. Ein regulatorischer Rahmen kann also Nachhaltigkeit fördern. Und fast im gleichen Moment dachte ich mir: Das birgt jedoch auch das Risiko, kontextspezifische und kulturell geprägte Designlösungen zu verdrängen, – oder dramatischer ausgedrückt: Kreativität in Keim zu ersticken.

Aus all dem ergibt sich also für mich eine zentrale Frage: Welche Folgen hat dies für das Produktdesign der Zukunft? Welche Chancen und Herausforderungen für die Produktentwicklung sind damit verbunden?

Diese Arbeit zielt darauf ab, die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft im Produktdesign im Rahmen der Ecodesign-Verordnung (ESPR) zu untersuchen. Mein Fokus liegt auf der Möbelindustrie und auf den kreativen Designprozessen innerhalb dieser Branche.

Im Rahmen meiner bisherigen Weiterbildungen und Recherchen habe ich die Verordnung systematisch analysiert und daraus eine grafische Taxonomie entwickelt (siehe Seite 96). In einer dieser Weiterbildungen zeigte die Anwendung einer zusätzlichen Checkliste in Zusammenarbeit mit einem Schweizer Möbelhersteller, dass ein bestehendes Engagement für Kreislaufwirtschaft nicht automatisch bedeutet, die Anforderungen der ESPR bereits zu erfüllen. Deshalb nochmals die Frage: Wenn Design künftig ökologische Anforderungen innerhalb eines regulatorischen Rahmens erfüllen muss – wie beeinflusst das die Art und Weise, wie Produkte konzipiert und hergestellt werden?

Im ersten Moment vermutlich noch nicht viel. Ich denke es beginnt vielmehr ein Transformationsprozess, die je nach Branche unterschiedlich verlaufen kann. Was die Möbelindustrie angeht, interessiert mich insbesondere, ob und welche ersten Veränderungen und Tendenzen sichtbar werden. Langfristig erscheint eine ökologische Anpassung unausweichlich.

Die folgenden Interviews sollen erste Einblicke geben und mögliche Antworten auf diese Fragen liefern. Die Reise kann also beginnen – doch zuerst die Grundlagen.

3. Grundlagen

a. Strategien der Normative

Eine Studie des Joint Research Centre (JRC)⁵ für die Europäischen Kommission zeigt, dass die Möbelindustrie eine besondere Rolle innerhalb des ESPRs einnimmt: Sie zählt einerseits zu den ressourcenintensivsten Produktgruppen, birgt zugleich jedoch ein erhebliches Transformationspotenzial: Der entscheidende Hebel liegt dabei weniger in der Produktion selbst als in der Verlängerung der Nutzungsphase⁶—dort, wo sich die ökologische Auswirkungen tatsächlich reduzieren lassen.

Der Markt für Möbel und Accessoires ist komplex. Über Funktion und Materialität hinaus spielt der emotionale Wert eine grosse Rolle.

Wie wird sich die Art und Weise, wie Produkte hergestellt werden, verändern, wenn Faktoren wie Recyclingfähigkeit, Recyclinganteil, Demontierbarkeit, Reparierbarkeit, Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit u.a. per Gesetz bewertet werden sollen? Werden bestimmte Materialien in Zukunft bevorzugt werden? Wie wird sich das auf die Produktästhetik auswirken? Zeigt sich ein klarer Trend? Wird Design auf Funktion und Materialökonomie reduziert? Wie wird sich der digitale Produktpass auf unsere Wahrnehmung von Möbeln auswirken? Inwiefern wird sich das Konsumverhalten dadurch verändern? Wie werden Daten über Endverbraucher analysiert und ausgewertet? Und wie werden diese Daten das Design beeinflussen?

Um diesen Fragen nachzugehen, starte ich eine zweiwöchige Reise. Nicht alles lässt sich beantworten, einiges wird sicher offen bleiben – und neue Fragen werden auftauchen aber genau darin liegt ihr Wert und ich freue mich riesig darauf.

b. Vier Städte, sieben Interviews

Die Gesprächspartner:innen wurden bewusst so ausgewählt, dass sie möglichst unterschiedliche Perspektiven sichtbar machen, um das Thema nicht eindimensional zu betrachten, sondern in seiner Komplexität analysieren zu können.

1. Matthias Hahn

Produktdesigner & Gastprofessor an der UDK Berlin

2. Emily Best

Project and relationship Manager bei Ecos

3. Thomas Ebert

Digital Experte bei DG CONNECT

4. Leo Lübke

CEO und Produktdesigner bei COR

5. Christian Erpenbeck

Produktentwickler bei COR

6. Robert Wilm

Projektleiter und Nachhaltigkeitsbeauftragter bei COR

7. Marck Hans und Kees de Boer

Head of Design & Lead Designer bei Ahrend

Die Fragen drehen sich meist um ähnliche Themen, da ich eine gewisse Vergleichbarkeit herstellen möchte. Gleichzeitig möchte

ich auf die jeweilige Expertise meiner Interviewpartner eingehen und flexibel bleiben. Deshalb habe ich mich für ein semi- strukturiertes Interview entschieden, das immer wieder um dieselben Themen kreist:

- Design- & Entscheidungsprozesse
- Potenziale vom ESPR & DPP
- Regulierung v|s Gestaltungsfreiheit
- Zukunft der Produktdesignpraxis
- Ausbildung und Lehre

c. Nichts los und ganz in Ordnung

Die Reise beginnt Mitte Januar 2026. In den Städten wird absolut nichts los sein – es ist die Zeit wo alles in eine Art Re-Start-Modus verfällt. Aber gut für mich, alle haben Zeit. Ich bin guter Dinge, denn es ist das sogenannte Januar-Loch.

Mein erstes Ziel ist London. Ich werde zwei halbe Tage mit Matthias Hahn verbringen. Er ist Industrial Designer, wir kennen uns schon seit vielen Jahren: Wir haben zusammen in Essen studiert und uns im letzten Jahr an der Uni in der Werkstatt zu Tode gespachtelt und geschliffen was das Zeug hält. Der perfekter Kandidat also, um mit meiner Recherche anzufangen.

Trotzdem bin ich etwas nervös und auch ein wenig unsicher: Die politische Lage hat sich in den letzten Tagen rasant zugespitzt. Es herrscht allgemein grosse Unsicherheit und Unternehmen ziehen Investitionen zurück, das Thema der Nachhaltigkeit wird ebenfalls erstmal als weniger dringend eingestuft.

Paradoxerweise hängt aber doch alles mit dem Klimawandel zusammen. Wenn wir von nicht-Europäischen Ländern weniger abhängig sein möchten, wenn es zum Beispiel, um diese Ressourcen-Sicherheit geht, wäre das Model der Kreislaufwirtschaft eigentlich eine gute Sache, denke ich mir, um Ressourcen zu bewahren, bzw. immer wieder neue zu generieren. Vieles bleibt jedoch in der Theorie, da es in der Praxis immer schwieriger ist und vieles anders ist. Nicht alle Ressourcen können gleichermassen zurückgeführt werden, da vieles noch über Jahrzehnte verbaut ist. Und wenn ich weiter darüber nachdenke: Unsere gesamte Infrastruktur ist gar nicht darauf ausgelegt.

Von politischen Instrumenten und wirtschaftlichen Inzentiven kann auch noch gar nicht die Rede sein, sage ich mir. Ich muss die Stirn runzeln und die Augen kurz schliessen: Ach, vielleicht stehen wir tatsächlich erst am Anfang...

4. Interviews

a. London

Mathias Hahn, Mathias Hahn Studio

22. Januar 2026

Ich treffe Matthias Hahn in seinem Studio, im Hackney. Sein Studio ist Teil vom «OK-Studio». Hier arbeiten ebenfalls das Designer-Duo Raw-Edges und der Designer Tomás Alonso. Leider werde ich sie gar nicht zu Gesicht bekommen – schade, denke ich mir im Nachhinein. Ich hätte Ihnen gerne auch ein paar Fragen gestellt.

Im Büro von Matthias sind auf der linken Seite, entlang der ganzen Wand, deckenhohe Regale verbaut – vollgestopft mit Prototypen, Büchern und anderen bunten Sammelsurien. Hier stehen Teile eines Stuhls für Schönbuch, da eine Lampe, die Matthias letztes Jahr für Marset entworfen hat, dort ein Paravent für Zeitraum und vieles mehr. Selbst an der Tür ist noch ein letzter Prototyp verbaut: eine Türklinke aus reinem Aluminium für eine deutsche Firma, als Test sozusagen. Matthias hat bereits für weitere renommierte Marken wie Ligne Roset, Nanimarquina, Ikea oder Kvadrat gearbeitet. Er ist derzeit auch Gastprofessor für Produktdesign an der Universität der Künste Berlin und lehrt ausserdem an der Kingston University London.

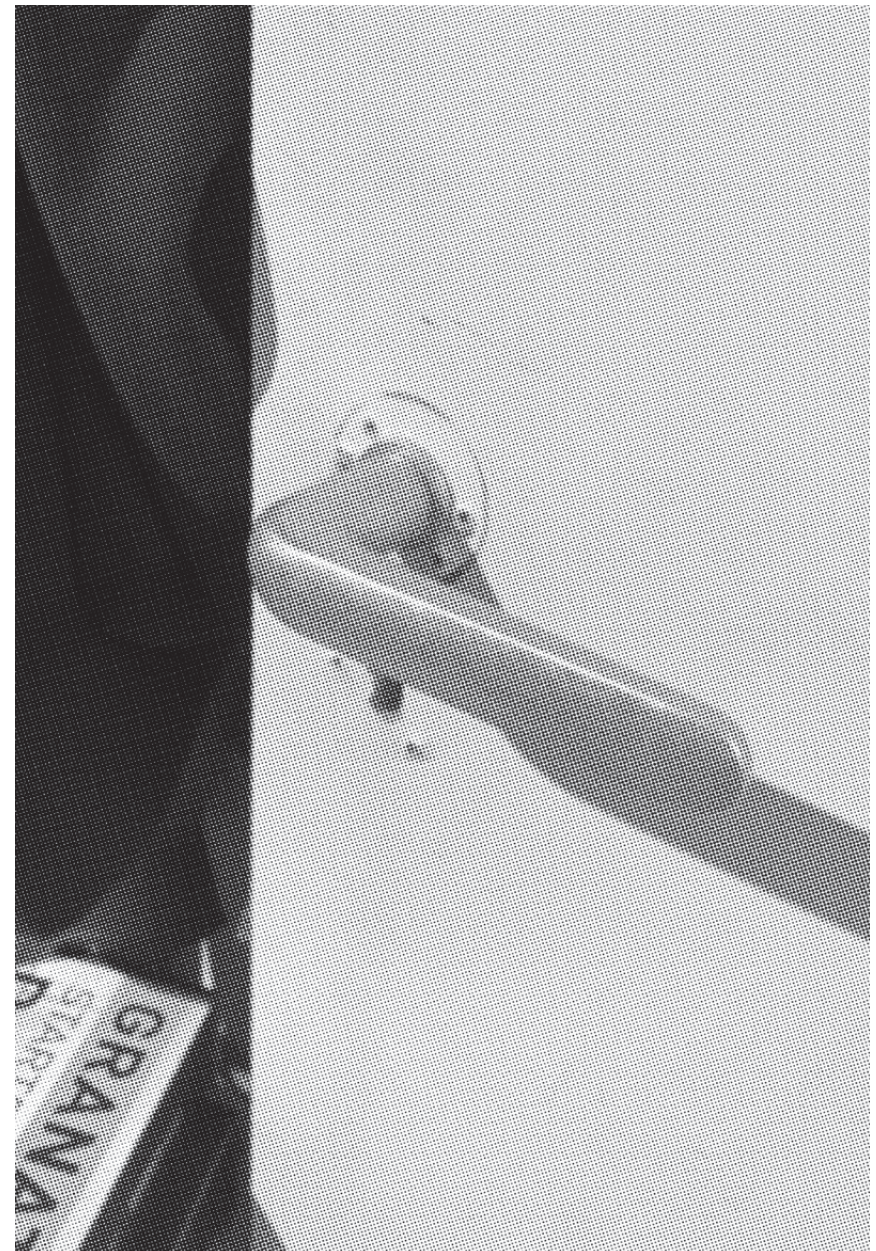
Wir setzen uns ausserhalb an einen Tisch in einem grossen Gang, der zugleich als Küche und Aufenthaltsraum dient. Ich freue mich auf das Interview und darauf, dass es endlich losgeht.

Wir schauen uns die Grafik bzw. die Taxonomie erstmal an – ich habe sie für diese Reise als Poster ausgedruckt.

Ich schiesse mit der ersten Frage los: Glaubst du, dass regulatorische Rahmenbedingungen wie die ESPR das Produktdesign tatsächlich beeinflussen können? Aber bevor er darauf antworten kann, müssen wir erstmal einige grundlegende Dinge besprechen, das Fass aufmachen. Ich merke, dass meine Interview-Struktur nicht aufgeht, aber das ist auch in Ordnung: «Ich sehe Design überhaupt nicht nur als diese Industriedesign-Leistung». Für Matthias bringt Design verschiedene Themen zusammen, dabei spielt die kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung eine sehr wichtige Rolle. Wir reden über Design als eine verbindende Praxis, die all diese Themen, inklusive materielle und wirtschaftliche Fragen zusammenführt. Wir reden darüber, dass unser wirtschaftliches System aus Profit ausgerichtet ist. Unser Erfolg als Designer wird daran gemessen, wie viele Stückzahl sich von unseren Produkten verkaufen, von dem was wir gestaltet haben. Je nachdem werden wir über sog. «Royalties» bezahlt, also ein Prozentsatz von dem was verkauft wird. Ein Dilemma.

Wir schaffen es zurück zum Thema zu kommen: Ja, er ist nicht dagegen, wenn Regeln aufgesetzt werden, die helfen sollen, Produkte nachhaltiger zu machen. Vieles aber, was die Grafik zeigt, wie zum Beispiel Material- oder CO₂ Fussabdruck seien aufwändig und teuer zu berechnen. So etwas würden sich kleinere Unternehmen gar nicht leisten können. Die meisten Möbel-Unternehmen, mit dem Matthias zusammenarbeitet sind mittelständische Familienunternehmen.

So oder so, ist er der Meinung, Produkte wie Möbeln wären besonders nachhaltig wenn man eine emotionale Bindung



mit ihnen aufbauen kann, so dass man diese lange behalten möchte. Er fordert deshalb einen verantwortungsvollen Umgang mit Design, das auf langfristige Entwicklung abzielt: «Man muss sich fragen, wie wollen wir in Zukunft leben».

Politische Regulierungen können also ein wirkungsvoller Hebel sein, aber im Design geht es nicht nur um einzelne Produkte, Materialien oder Herstellungsweisen, sondern um ein ganzes Gesellschaftliches System: Arbeitsbedingungen, Gesundheit, faire Löhne, Geschlechtergerechtigkeit und Lebensqualität sind ebenso Teils des Themas: «Wir werden auch in 100 Jahren Produkte haben. Das wird sich nicht ändern, und es heisst nicht, dass wir weniger haben müssen, aber die Frage, wie man damit umgeht, ist wichtig», sagt er.

Wir kommen auf die Zusammenarbeit mit Unternehmen zu sprechen, wenn man als Designer engagiert wird. Mich interessiert dabei vor allem seine persönliche Erfahrung: «Wird Nachhaltigkeit aktiv priorisiert, oder ist es eher ein Thema, das du als Designer zusätzlich einbringst? Wie viel strategischer Einfluss hat deine Arbeit als Designer in diesen Prozessen auf das Unternehmen?» möchte ich wissen. Man könne als Designer durch Material- und Prozesskenntnisse einen positiven Einfluss nehmen, sagt er. Man könne im Dialog hinterfragen und alternative Lösungen einbringen. Die endgültige Entscheidung liegt aber beim Unternehmen, und dort sind und bleiben wirtschaftliche Faktoren oft ausschlaggebend. Im Bezug auf die Eigeninitiative Nachhaltigkeit einzubringen sagt er: «Jeder Designer:in soll selber entscheiden, aber das ist ein Wissen, was man sich aufbaut.» Plötzlich ist die Zeit davongelaufen: Matthias muss los, um seinen Sohn abzuholen. Etwas müde verabschieden wir uns.

22. Januar 2026

Am nächsten Morgen treffen wir uns wieder in seinem Studio. Zunächst machen wir uns einen Kaffee. Ich erzähle ihm, wie begeistert ich von dem Viertel bin, in dem ich zurzeit wohne. Es ist nicht weit von seinem Studio entfernt, sehr lebendig, eine tolle Energie.

Ich möchte heute mehr über die Zukunft des Designs sprechen, als Beruf und in der Lehre. Dafür gehe ich aber erstmal zurück in der Zeit der 2000er-Jahren, als wir Designer:innen in Deutschland ausgebildet wurden und unsere ersten beruflichen Erfahrungen gesammelt haben und an die Designer, die damals die «Stars» waren, wie Erik Levy, James Irvine, Ross Lovegrove oder Philippe Starck. Ron Arad war einer der ersten, der seine Objekte in einer Kunstgalerie ausgestellt hat.

Wir diskutieren über unsere Ausbildung: «Damals waren wir sehr in dieser «Funktionsdenke» drin, sagt Matthias. Autorentdesign, das war etwas «niederkomplexes», nicht so das «richtige» Industrial Design, wie Kaffeemaschinen oder Gabelstapler zu entwerfen. Das war damals die Einstellung bei unseren Professoren an der Uni: Wer «richtiges Design» macht.

Jetzt, mit der Ecodesign-Verordnung werden regulatorische Leitplanken für Gestaltung gesetzt. Es geht hauptsächlich darum, die Kreislaufwirtschaft zu puschen: «Müssen wir Gesetze für das Produktdesign entwickeln, wenn wir eine Kreislaufwirtschaft ernsthaft umsetzen wollen?» Weil Design – ich muss etwas ausholen, wie bereits bei Dieter Rams formuliert – immer in ein grösseres System eingebettet ist: in Unternehmen, Umwelt und gesellschaftliche Zusammenhänge. Produkte können

daher nicht isoliert entworfen werden. Diese systemische Perspektive wird auch auf die Kreislaufwirtschaft übertragen: Um von einer linearen zu einer zirkulären Wirtschaft zu gelangen, braucht es ein umfassendes Zusammenspiel von Ressourcen, Kooperation und gemeinsames Verständnis. Und damit solche Systeme funktionieren, sind Normen und Standards notwendig – etwa bei technischen Komponenten wie Kabeln, wo einheitliche Lösungen Ressourcen sparen und Nutzung vereinfachen. Diese Logik lässt sich jedoch (bewusst zugespitzt und spekulativ) weiterdenken: Wenn man sie konsequent überträgt, könnten sie auch auf Design und Ästhetik angewendet werden. Daraus entstehen folgende Fragen: Wo liegt die Balance zwischen notwendiger Standardisierung (für die Förderung einer Kreislaufwirtschaft) und gestalterischer Freiheit? Könnte zunehmende Standardisierung langfristig auch zu einer Vereinheitlichung von Gestaltung und Ausdruck führen? Matthias widerspricht dieser Annahme, dass Transformation – etwa hin zur Nachhaltigkeit – Design zwangsläufig einschränkend wird. Im Gegenteil: Veränderungen könnten neue Freiräume eröffnen, die zuvor nicht vorhanden waren. Zwar erfordern neue Rahmenbedingungen ein Umdenken und schliessen bestimmte Lösungen aus, doch genau das entspricht dem «Wesen von Design»: Probleme neu zu denken und bessere Lösungen zu entwickeln – immer innerhalb realer Bedingungen. Statt sich von bestehenden industriellen Strukturen abzuwenden, plädiert er dafür, aktiv mit ihnen zu arbeiten und sie schrittweise zu verändern. Ein radikaler Bruch (z. B. Rückzug ins rein Handwerkliche) sei keine Lösung.

Wir kommen auf den digitalen Produktpass zu sprechen: Der DPP soll vorhandene Informationen über Produkte in di-

gitaler Form zugänglich machen. Erste Pilotprojekte zeigen, dass der DPP sich auch sehr gut für Marketingzwecke eignet und viele versprechen sich daraus die Erschliessung neuer Märkte. Unser Konsumverhalten wird de facto ebenfalls zunehmend digitaler und der DPP könnte das noch weiter verstärken. Es wird gesagt, dass Produkte, die auf Bildern gut funktionieren, im Online-Verkauf erfolgreicher sind. «Besteht die Gefahr, dass Design stärker auf visuelle Wirkung optimiert wird und Design dadurch oberflächlicher wird?» Ja, es gäbe diese Richtung aber er beobachtet gleichzeitig, einen Gegentrend zur Analogkultur: Musik aus Kassetten, analoge Fotografie, DIY-Praktiken, etc. Der Mensch hat das Bedürfnis nach Haptik und reale Materialerfahrung. KI zum Beispiel, kann gewisse Prozesse beschleunigen aber die eigentliche Aufgabe im Design beinhaltet seiner Meinung nach, Entscheidungen zu treffen. Der Mensch hat eine vorausschauende Urteilskraft und das kann KI nicht. «Wir Designer sind Problemlöser. Es war immer so. Und das Thema der Nachhaltigkeit ist auch etwas womit wir konfrontiert werden», sagt Matthias. Das echte Potenzial von Design besteht in seiner Flexibilität. Kritisch denken und hinterfragen. Design war und wird immer von Ideologien und geschichtliche Ereignisse geprägt sein.

Ich frage mich, ob die Erderwärmung auch dazu zählt, also zu einer Ideologie oder einem Zeitpunkt in der Geschichte der Menschheit, und tendiere eigentlich sie als ein Einschnitt von planetarischem Ausmass zu sehen — eine Verschiebung, die unsere bisherigen Kategorien übersteigt.

Es war sehr spannend diese Dinge mit Matthias zu besprechen, und intensiv. Sich die Zeit dafür zu nehmen, tut gut. Ich

machte mich auf dem Weg ins V&A Museum, in das neue Lagerhaus. Und: Es ist überwältigend. Sie haben ein öffentliches Archiv geschaffen und ich staune über all diese Dinge, die auf eine faszinierte Art und Weise miteinander, nebeneinander stehen, im Dialog. So viel Geschichte und Design wird hier gelagert und ich frage mich natürlich wie so ein Archiv in Zukunft wohl aussehen wird, wenn alles bereits einen DPP hat und perfekt katalogisiert ist.

Danach geht es ins Hotel und zur St. Pancras Station – ich freue mich jetzt auf den politischen Part dieser Reise: Ab nach Brüssel.

Es ist Samstag, als ich in Brüssel ankomme. Nachdem ich mein Gepäck in der Unterkunft abgestellt habe, gehe ich in die Stadt. Das Wetter ist herrlich: Die Sonne scheint, ein frischer Wind weht durch die Strassen. Noch ahne ich nicht, wie sehr sich das Wetter am nächsten Tag verändern wird. Aber heute habe ich Glück. Ich schlendere durch die Stadt. Das Designmuseum hat geschlossen – Januar eben. Also gehe ich ins Renée Magritte Museum. Am meisten bewegen mich die alten Fotografien: Magritte, seine Frau, seine Freunde. Was für eine Zeit, denke ich. Eine Zeit des kritischen Denkens, des Suchens, des ständigen Versuchs, die Wirklichkeit neu zu betrachten.

b. Brüssel

Emily Best, ECOS

26. Januar 2026

When was the last time I was in Brussels? I have to think hard – I'm not sure exactly. It must have been at the start of my time in Europe, when I was young. I started making friends with some Spanish Erasmus students and we went on trips together. The weather was more or less the same: grey. And cold—very cold.

When I arrived at the building the next morning to meet Emily Best from the ECOS NGO, I was feeling rather nervous. It is located in a business district near the European Parliament. Emily's warm welcome made my day. We took the lift up to a shared workspace. We grabbed a coffee and sat down at one of the tables.

Emily works since three years for ECOS and is active involved in the legislative process of the ESPR, particularly during the trialogue phase, aiming to ensure the regulation would be as ambitious as possible. Overall, they are satisfied with the outcome so far and feel that many of their goals have been achieved. I asked her how difficult it was to promote this issue in the face of all the political chaos: „I think our work set an ambitious goal. We said that we wanted this big policy dream. And now it's more like we're playing on the defensive, saying, 'Don't cut this.' However, since last summer, the focus has shifted towards protecting existing regulations and preventing their weakening. I wonder how we can keep this topic at the forefront of the agenda. She talks

about the increasing focus on economic and strategic benefits: more efficient products reduce energy use and save consumers money. Durability and repairability also provide direct benefits to users. At the same time, they enhance resource security by lowering material demand and reducing dependence on imports — both of which are key aspects of a circular economy.

‘What is your personal opinion of the ESPR? Do you think it can genuinely help to advance the circular economy in Europe?’ The ESPR framework is strong, she said, but its real impact will depend on how it is implemented, since the requirements of each sector will be defined in separate delegated acts. She continued: ‘A lot of people who aren’t as familiar with the ESPR think that every performance requirement that could be considered will be part of that delegated act. But that’s not really true,’ says Emily. Work on the furniture sector hasn’t started yet, but it seems that the Commission is taking a more cautious approach to the first application in the textiles sector, which is somewhat frustrating. ‘They’re under a lot of pressure from the industry.’ This is also a clear consequence of the insecurity and chaos caused by the current political situation.

‘And what do you think will be the most challenging part of implementing the ESPR?’ Emily referred to tyre research as an example — in this area, there is a significant imbalance in the availability of information, with most data being held by industry and not openly shared. Due to confidentiality and limited transparency, particularly with regard to chemical composition, even regulators and researchers lack access to vital information, rendering parts of the sector effectively a ‘black box’. ‘A lot of information just isn’t made public,’ she said. Of course, industry

pushback persists, with companies often claiming that they lack access to the necessary information themselves. However, the intention of the regulation is precisely to force greater transparency. In some cases, companies reportedly do not fully understand which chemicals are used or what they do.

In consequence, developing product requirements there is often insufficient data to determine how to improve them. Proposed measures are sometimes rejected due to cost concerns, as ESPR rules aim to avoid significant price increases. While many potential requirements are listed, it remains unclear which will actually be implemented, and there is no guarantee that each will lead to concrete improvements in delegated acts. Perhaps that is why plastics are not included in the ESPR. They are so complex that including them would most likely just overwhelm everyone further. From a consumer perspective, however, plastics and polymers should be included in the regulation, since harmful additives affect health and the environment. Improving products without addressing their material base is insufficient.

The working groups that will work on the delegated acts for furniture has just been launched (this information was updated just as I was finishing this report)⁷. I wonder whether smaller enterprises will also be able to participate in this process. Stakeholders can contribute to the process via surveys, which are often supported by experts, although providing some of the data may be challenging. Their input is compiled by consultants into draft studies and discussed in workshops, where participants can usually see who is involved, even if no official stakeholder list is published.

«What I’m interested in seeing for furniture, regarding all

aspects, is which sectors exactly are being covered and what the scope will be» says Emily. As seen in textiles — where the focus was narrowed to apparel — the EU may also limit furniture to specific product groups. Perhaps the scope will depend on the materials the furniture contains, or the sectors in which furniture plays a bigger role in terms of replacement, such as in large offices, or in response to the trend of ‘fast furniture’. This could simplify implementation, but may not reflect the sector’s diversity. Repair, for example, needs vary by furniture type: simple items like tables require little maintenance, while frequently used or complex products like office-chairs need more repair and different design considerations.

I mentioned that I had read the ‘Echo Designed for Life’ report written by ECOS⁸. I found the proposal to develop a labelling system linked to the ESPR very interesting. All the guideline principles are present, such as clarity, usability and coherence across product groups, but there is also a clear awareness that information overload could easily undermine them. The Commission has proposed some initial label designs, but their quality varies. The preferred option is a clear and familiar format, similar to the energy label, which uses colour scales and simple icons to communicate key information. The goal is not only to inform consumers about environmental impact, but also to encourage improvements in all products and reduce harmful emissions, rather than simply comparing «better» and «worse» options. For furniture, potential label criteria could include durability and repairability, but the exact indicators are still unclear. Other likely aspects are material-related — such as recyclability and recycled content. Final decisions will likely depend on stakeholder input.

I also point out that the ESPR does not operate in isolation, but is increasingly interacting with other regulations, such as the EU Deforestation Regulation (EUDR)⁹. This could become particularly significant for furniture manufacturers, given that timber remains one of their key materials. I am curious to know what the latest developments around the regulation are. At the time of writing, I had exchanged emails with Emily again, and the latest update was that the EUDR would come into effect on 30 December 2026 for large EU businesses, and on 30 June 2027 for smaller enterprises. Under the EUDR, EU importers must prove that the land used to produce certain listed commodities has not been subject to deforestation or forest degradation since 31 December 2020. A key challenge may be demonstrating compliance with local laws in the country of origin.

We wrap up for today. I thank Emily and look forward to meeting her again tomorrow morning to delve deeper into the role of design. My head is full, and my thoughts are still unfolding. After lunch, the next conversation awaits: an interview with digital expert Thomas Ebert.

Mein nächstes Interview ist in einem Café vereinbart, aber als ich reinkomme merke ich sofort: Hier wird es nicht funktionieren, es ist viel zu laut. Meine Aufnahme wird im Stimmengewirr völlig untergehen.

Als Thomas ankommt, wechseln wir in ein ruhigeres Café. Mein Interviewpartner wirkt völlig entspannt, was mich ebenfalls beruhigt. Schliesslich mache ich das nicht jeden Tag, Menschen zu interviewen. Als Designerin arbeite ich meist in meinem Atelier—in einer Branche, die sich oft wie eine geschlossene Blase anfühlt. Gut, dass ich jetzt hier bin, denke ich. Ausserhalb meiner Komfortzone, tut irgendwie ganz gut. Wir wechseln schnell ins per Du.

Thomas ist seit September 2023 Abgeordneter nationaler Sachverständiger, bzw. Second Nation Expert beim DG CONNECT, so etwas wie das «Digital-Ministerium» der Europäischen Union¹⁰. Er wurde sozusagen vom deutschen Umweltbundesamt an die Kommission «ausgeliehen» und ist daher kein Kommissionsbeamter, weshalb er nicht offiziell für die EU-Kommission sprechen kann. Er beschreibt seine langjährige Arbeit zu Ökodesign am Umweltbundesamt in die Produktpolitik. «Was versteht man genau unter Produktpolitik? Und wie ist sie mit dem Thema Digitalisierung verbunden?», möchte ich wissen. Produktpolitik umfasst regulatorische Anforderungen an Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg, etwa Energieeffizienz, Reparierbarkeit oder Informationspflichten. Die Verbindung zur Digitalisierung zeigt sich besonders bei Themen

wie softwarebedingter Obsoleszenz und neuen Geschäftsmodellen, wodurch digitale Aspekte zunehmend Einfluss auf Produktlebensdauer und -gestaltung nehmen, erklärt er.

Interessant finde ich, das Thomas Chemie studiert und dann Materialwissenschaften in die Batterieforschung betrieben hat, erzählt er. Irgendwann hat er dann den Weg in die Politik eingeschlagen. «Warum, glaubst du, dass Kunststoffe nicht in die ESPR als Zwischenprodukte eingeschlossen wurden?» «Die Diskussion um z. B. Rezyklatquoten bei Kunststoffen ist politisch und komplex, da solche Anforderungen schwer direkt am Produkt messbar sind und oft auf Dokumentation basieren», sagt er. Im Gegensatz zu bisherigen Ökodesign-Kriterien (z. B. Energieverbrauch) braucht es hier einen Mindset-Shift hin zu anderen Nachweisen, etwa über Zertifizierungssysteme oder andere belegte Informationen, die nicht unmittelbar messbare Nachweise liefern. Für effektives Kunststoffrecycling braucht es saubere, getrennte Materialströme und genaue Kenntnisse über die Materialzusammensetzung – was oft fehlt, meinte Thomas. Hier könnte der DPP echte Hilfe leisten, kommentiere ich dazu. Na ja, Rücknahmesysteme und Ansätze wie Wiederverwendung für Ersatzteile zeigen Potenzial, könnten durch digitale Produktpässe unterstützt werden, aber er habe bereits mit Recyclingunternehmen gesprochen, die das Ganze gar nicht so optimistisch sehen, nach dem Motto: Warum soll man als Recycler die Qualität seines Kunststoffs erhöhen, wenn die schlechtere Qualität sich ebenfalls gut verkauft? Aber, was ist mit Wettbewerb? Frage ich. Wenn einer anfängt, möchte man vielleicht auch vorne mit dabei sein, als Pionier so zu sagen. «Das ist so ein bisschen dieses Henne-Ei-Problem, dass die Nachfrage nicht da ist und die Fir-

men sagen, ja wir würden gerne, aber wir kriegen ja das Material nicht», sagt er und fügt hinzu, «das ist ein relativ konservativer Bereich».

Ich komme zurück auf den DPP: Mich interessiert zu wissen, im Bezug auf den Begriff des «Digital Twins», der ebenfalls in aller Munde ist: Oft werden digitale Zwillinge als komplexere Simulationen von Produkten bezeichnet. Die Idee klingt zunächst abstrakt; doch wie könnte eine solche Simulation im Möbelbereich aussehen? Abgesehen von Materialsimulationen: Wäre es in naher Zukunft möglich, weitere Parameter für Polster oder Ähnliches zu definieren? Etwa den Materialkomfort eines Sofas oder die am stärksten beanspruchten Bereiche? Und würde sich das überhaupt lohnen? «Also, ich denke immer, die Erwartungen an den digitalen Produktpass sind viel zu hoch» antwortet Thomas. Der DPP wird zunächst nur wenige, bereits bestehende Produktinformationen digital bündeln. Welche Daten enthalten sind, wird produktspezifisch im Rahmen von Ökodesign-Studien festgelegt. Dabei wird der Anwendungsbereich bewusst eingegrenzt, um sinnvolle und umsetzbare Anforderungen mit relevanter Umweltwirkung zu definieren, meinte er. Wie bei der Textilgruppe: Der Fokus der Regulierung wird zunächst auf Bekleidung liegen, während technische Textilien (z. B. für Autos oder Teppiche) vorerst nicht im Zentrum stehen werden. Und ein Möbelbezug, fällt auch unter Technische Textilien? Frage ich. Das wisse er nicht, das geht zu sehr ins Detail- «Fluch und Segen», fügt er hinzu «Fluch, weil man unglaublich langsam vorwärts kommt, weil alles sehr viel Zeit braucht und man sehr viel beachten muss. Aber der Segen ist, man kann wirklich sehr spezifisch das regulieren und die Besonderheiten eines Produk-

tes berücksichtigen oder einer Produktgruppe zum Beispiel.»

Ein zentrales Thema im Zusammenhang mit dem Digitalen Produktpass ist die Qualität der Daten. Ich frage deshalb: Bei einem Büro-Stuhl zum Beispiel, welche Daten wären besonders wichtig? Und worauf müsste man speziell achten bei der Sammlung von solchen Daten? Es gäbe keine allgemein gültige Antwort darauf, welche Daten für nachhaltige Produkte entscheidend sind, meinte Thomas. Ich erwähne, dass häufig der Fokus auf Materialien gelegt wird. Die JRC Studie ⁵ zeigt jedoch, dass diese nicht immer die grössten negativen Auswirkungen auf die Umwelt haben. Regulierungen sollten daher in diesem Fall darauf abzielen, längere Nutzung technisch zu ermöglichen zum Beispiel eben durch Reparierbarkeit. Und da kommt das Design ins Spiel. Thomas stimmt zu – gleichzeitig stellt sich die Herausforderung, solche Kriterien messbar und überprüfbar zu machen, betont er. Letztlich geht es darum, die relevanten Umweltauswirkungen der einzelnen Produkte zu identifizieren und darauf basierend sinnvolle Mindestanforderungen zu definieren.

Aus der Perspektive eines Möbelunternehmens gesehen, möchte ich wissen: Angenommen, die Entwicklung eines Sofas dauert zwei bis drei Jahre, mit dem Wissen, dass der DPP für Möbel ab 2028 Pflicht wird, spätestens 2030 (inklusive einer 18-monatigen Übergangsphase von der Veröffentlichung der delegierten Rechtsakte bis zur Implementierung): Wo würde er im Möbelbereich konkret ansetzen, um frühzeitig sinnvolle Daten von Lieferanten zu erhalten? Man solle sich am besten die Vorstudien ansehen (zum Beispiel vom JRC oder von anderen externen Consulting-Büros), um sich ein Verständnis zu erarbeiten, meint er. Dann vielleicht sogar den Policy-Prozess ein wenig

verfolgen. Dies gehe meistens auch über die Verbände. «Verantwortlich für die Daten im DPP ist aber der Hersteller. Er muss dafür sorgen, dass entsprechend korrekte Daten erfasst werden. Und was auch jetzt schon gibt, ist der Vergleich sozusagen». Thomas erklärt hier, dass im Ökodesign nicht nur Anforderungen an Produkte definiert werden, sondern auch klare Verfahren zu deren Überprüfung festgelegt werden. Diese basieren in der Regel auf harmonisierten Normen und standardisierten Testmethoden, die bereits gut etabliert sind. In Vorstudien wird geprüft, welche bestehenden Normen genutzt werden können. Entscheidend dabei ist, dass alle geforderten Informationen messbar und für die Marktüberwachung überprüfbar sein müssen. Könnte man KI für die Marktüberwachung anwenden? Oder wie möchte man alles prüfen, frage ich. Er wisse es nicht genau, er glaube schon, das KI als Unterstützung genutzt werden kann, er ist aber momentan von diesem Thema etwas weit weg. «In meiner Vorstellung läuft in Zukunft vieles mit KI», sage ich. Dann fügt er hinzu: «Da hilft die Digitalisierung, da hilft der digitale Produktpass auch». Zum Beispiel im Bereich der Elektronik-Industrie, erzählt Thomas vom Energie-Datenbank EPREL¹¹. Dort seien alle Energielabels registriert und man kann gewisse Sachen suchen und filtern. Schon vor einigen Jahren wurden automatisierte Verfahren genutzt, um online nach fehlerhaften oder fehlenden Energielabels zu suchen. Da wurde man tatsächlich fündig und ein paar Online-Shops mussten ihre Angaben anpassen. Das zeigt, dass digitale Tools durchaus wirksam für die Marktüberwachung eingesetzt werden können: «Jetzt nennt man solche Methoden wahrscheinlich <AI-Based>, damals hat man es <Web-Scraping> genannt». Ich hacke nach: «Was heisst

das genau im Bezug auf die Qualität der Daten?» «Na ja, dass sie korrekt sein müssen im Endeffekt». Solle man also alle Lieferanten kontrollieren, möchte ich wissen. Vieles wird schon in der Qualitätskontrolle gemacht, meinte er. Aber es käme auf die Datenflut an und auf die Informationspunkte, die im Ökodesign verlangt werden. Man solle schon für jede Anforderung prüfen, welche Informationen konkret benötigt werden, wo sie herkommen und ob sie bereits im System intern verfügbar sind oder bei externen Akteuren eingeholt werden müssen.

Ich bin ein ziemlicher Nerd, was diese Themen angeht, und möchte es jetzt genauer wissen. Es gab mal diese Frage nach der Semantik. Weil viele Unternehmen noch auf dem «Excel-Tabellen-Niveau» unterwegs sind. Wie genau sollen Daten eingegeben werden? Für «Temperatur» zum Beispiel: ist es ein «T» oder «Temp.», oder ist es «°C» für Celsius? Wie soll man sich einigen? Spielt das überhaupt eine Rolle? (Sind wir alle verrückt geworden?! Danke ich mir). Es gäbe bereits Warenwirtschaftssysteme, die eine wichtige Grundlage für den digitalen Produktpass bilden. Er kann sich gut vorstellen, dass eine zusätzliche EU-DPP Ebene oder ähnliches dazu aufgebaut wird. Entscheidend ist die Standardisierung, damit verschiedene Produktpässe miteinander kompatibel und die Daten maschinenlesbar sind.

Ich erwähne die knappen Ressourcen: Nicht alle Unternehmen, vor allem kleinere mittelständische Unternehmen haben die Kapazitäten dafür. Das wisse die EU, meinte Thomas, er habe gehört sie sei dabei Hilfe-Tools bereit zu stellen. Mitgliedstaaten sollen ebenfalls Unternehmen mit Schulungen und anderen Angeboten helfen, digitaler zu werden. Man wisse, dass es für kleinere Firmen schwerer sei, als für grössere Unternehmen

Digitalisierung umzusetzen. «Und ich glaube, das optimale Zielbild ist, dass ein externer Service-Provider einem nicht nur beim digitalen Produktpass hilft, sondern auch bei der Compliance der Produkte im Allgemeinen.» Gerade für kleine Firmen kann es sinnvoll sein, diese Aufgaben auszulagern, da spezialisierte Anbieter einfacher auf dem aktuellen Stand bleiben und bereits an digitalen Lösungen sowie Beratungsangeboten arbeiten. Die Nutzung von Daten durch Service-Provider darf aber nur mit Zustimmung der Hersteller erfolgen. Daraus können jedoch neue Geschäftsmodelle entstehen. Es gibt bereits einige Firmen, die an der Entwicklung solcher Angebote arbeiten. Insbesondere in Lieferketten gibt es bereits Anbieter, die Unternehmen dabei helfen, ihre Lieferketten stabil zu halten. Bestehende Ansätze wie Zertifizierungen (z. B. FSC), bei denen bestimmte Schritte bereits validiert wurden, können als Grundlage dienen. Je nach benötigten Daten ist zu prüfen, was bereits existiert und wo neue Lösungen erforderlich sind.

Wir bleiben beim Thema Daten. Ich möchte gerne seine Meinung im Hinblick auf die Ökobilanzen / Life Cycle Assessments (LCA) von Produkten hören. Nach der ESPR werden Daten über den CO₂-, Material, und Umweltfussabdruck gefordert. Ich frage ihn, wie er die Lage für kleine Firmen einschätzt, die beispielsweise mit Indigenen Gemeinschaften zusammenarbeiten oder soziale Programme in ihre Produktionsprozesse integrieren. Wie sollen solche Firmen die Arbeit der Menschen zum Beispiel in CO₂ Äquivalenten quantifizieren? «Ich bin da relativ skeptisch, weil LCA ein grosser Aufwand ist. Es gibt viele Variablen». LCA sei nicht das Ziel, sondern man muss abstrahieren können das, was man für eine gewisse Produktgruppe

braucht. Also statt vollständiger Datentiefe braucht es oft vereinfachte, produktspezifische Ansätze, meinte Thomas. Zentrales Ziel ist die Verlängerung der Nutzungsdauer, und besonders im Möbelbereich sei entscheidend, ob Produkte wegen Defekten oder aus ästhetischen Gründen ersetzt werden. «Das ist auch noch eine grosse Frage. Und es ist klar: Haltbarkeit ermöglicht, dass sie länger genutzt werden können. Aber da muss man auch noch in die Realität ankommen. Da muss man verschiedene Ansätze diskutieren.»

Es steht alles noch recht am Anfang und viele warten wahrscheinlich erstmal ab, was die anderen machen, kommentiere ich. Am besten sei, klein anzufangen, sagt Thomas, damit man sich auch die Freiräume lässt zum ausprobieren. «Start small, (.) Also small mit den Informationspunkten, aber auch mit dem technischen System». Man sollte zunächst einige Dinge umsetzen, Erfahrungen sammeln und beobachten, welche Auswirkungen sich daraus ergeben.

Wir sind langsam am Ende des Interviews. Ob er eine Frage an mich hat? «Nö, nö», meinte er. «Ich finde, dass neben den Dingen, die man mit Ökodesign oder dem digitalen Produktpass erreichen kann, auch viel von den Menschen abhängt. Wie Menschen Dinge nutzen. Ja, ich glaube Design kann eine grosse Rolle spielen, die Sachen in eine richtige Richtung zu bewegen. Aber es ist schwer quantifizierbar. Und es lässt sich nicht auf eine Art und Weise vorschreiben.»

Wir verabschieden uns, es hat Spass gemacht. Draussen ist es weiterhin kalt und windig und ich bin schon unterwegs zurück ins Hotel.

Emily Best, ECOS

27. Januar 2026

The next morning, we start at the same place with a coffee. I rolled up the poster of the ESPR taxonomy graphic that I had made. Today, I would like to discuss the role of design in more depth. First, though, I need to set the scene: decisions made early on regarding materials, processes and waste disposal can impact future outcomes. However, companies also need financial incentives to implement these strategies. Has the EU put forward any initial proposals to support this market yet? Emily says that compared to sectors like electronics, where more initiatives exist, the furniture sector has received relatively little attention so far, making the implementation and scaling of sustainable models more challenging. 'This is definitely an issue that needs to be addressed.' In small electronics, for example, a lack of standardisation makes repair difficult. Without harmonised components and tools, repairers must handle many different parts, such as screws and drivers, which increases complexity and reduces efficiency. However, a key challenge lies not just in material design, but also in infrastructure: even if products are recyclable or designed for disassembly, a lack of facilities and actual disassembly often means they still end up as waste.

Then she adds: »I think it's also interesting—perhaps this has already been studied—when different types of users dispose of a chair or other furniture." Neither of us knows whether such a study exists, but the DPP could help to answer this question. It will likely take a few years. As with Thomas yesterday and Matthias a few days ago, we also touch on the idea that furniture

involves a strong aspect of emotional durability. This emotional connection to objects is seen as a key factor, influencing how long people keep and value furniture. It is also identified as a central reason for focusing on this topic, particularly from a design perspective. Furniture replacement is not only driven by wear but also by aesthetic updates—especially in office environments, where companies often replace functional furniture to refresh the look, leading to premature disposal despite continued usability. As we speak, I realise that we are surrounded by offices in this part of the city and that the amount of furniture here must be enormous.

I'm curious to know how she views the fact that designers are often absent from regulatory discussions. In the case of the ESPR, however, designers are shaping products from the very beginning. Studies have found that around 80% of a product's environmental impact over its life cycle is determined during the design phase¹². So should designers have been more involved in developing the regulation? While involving more creative thinkers in policymaking could be beneficial, Emily says that current processes are shaped by political structures that typically do not prioritise creative approaches. In her view, designers are not necessarily lacking representation in policy discussions; rather, she feels that coordination and organisation are missing. 'You don't need an organisation or a group of designers for policy'. I tried to explain my perspective on this to Emily. Designers are responsible not only for making things beautiful, but also for formulating strategies and new ways of thinking. She agreed, but the fact remains that the world of politics' is already full of people trying to figure things out. Designers are not required to take on this role,

nor is it essential for them to do so.

(I pause for a moment. Here it is: the design bubble I find myself in.)

I change the subject and address the issue that many designers work in small series or craft based production. Myself include. Where do these designers and small companies stand in relation to the ESPR? How realistic are tools such as life cycle assessments (LCAs) for handcrafted products? Emily says that current regulations pay increasing attention to the impact on SMEs, though even 'medium' companies can be large compared to small, artisan businesses. Mass-market furniture companies have a significantly greater environmental impact due to their size and complex supply chains. From a regulatory perspective, therefore, the priority is to focus on these larger companies, whose procurement decisions can affect entire ecosystems rather than isolated resources. Emily thinks that very small businesses may be subject to less stringent requirements or longer deadlines under the regulation, although many details remain unclear – this will depend on the delegated acts.

Regarding the topic of technical textiles that Thomas suggested yesterday, I wonder if textiles used for upholstered furniture fall under this category. What would this mean for suppliers, and what kind of data or information would they need? Emily is not sure about this, but based on her current understanding, she would say that upholstered elements, such as those found in furniture, would be classified as furniture rather than as technical textiles. The inclusion of mattresses suggests a broader approach, highlighting the difficulty of establishing clear regulatory boundaries.

I would like to know what she thinks about the future: should designers actively engage with and understand regulations when developing new products? Emily says that designers should gain a basic understanding of concepts such as planetary boundaries and life cycle assessment (LCA) to better grasp the broader impact of their decisions.

My conversation with Emily has been truly eye-opening in many ways. After thanking her, we said goodbye and agreed to stay in touch.

As I leave the building, I see two office chairs awkwardly abandoned on the street in front of me. I pause for a second. But wait — could these be substitutes for pylons, casually blocking a parking spot? The irony is difficult to ignore. It makes me realise that not everyone is aware of what the people inside this building are fighting for. The evidence of that seems to be lying right there on the pavement, in an almost absurd twist.

The next thing I do is head to see the European Parliament building —where everything began. When I arrive, I have to fight against wind and rain. Gosh, my pictures are not the best, my fingers are freezing so I take them quickly and head back to pick up my things and catch the train to my next destination: Rheda-Wiedenbrück in Germany.



c. Rheda-Wiedenbrück

Robert Wilm, COR

28. Januar 2026

Meine Unterkunft liegt nicht weit von dem Ort entfernt, an dem ich mich mit Robert Wilm treffe: dem COR-Haus, das ist der Showroom des Möbelherstellers COR—einem Familienunternehmen, das 1954 gegründet wurde.

Als ich das Hotel verlasse, wundere ich mich über diese kleine Altstadt—scheinbar von den Zerstörungen des Zweiten Weltkriegs verschont, mit ihren wunderschönen Fachwerkhäusern – alles glitzert im frischen Schnee. Nach etwa zehn Minuten komme ich an: das COR-Haus, eine ehemalige Tütenfabrik, grosszügig renoviert.

Als ich eintrete, ist Robert bereits da. Wir holen uns erstmal einen Kaffee, sprechen kurz über meine Anreise, bevor wir mit einer Tour durch den Showroom beginnen. Die Ausstellungsfläche erstreckt sich über drei Stockwerke und verfügt über eine Gesamtfläche von 3000 Quadratmetern. Ich bin beeindruckt von der Grösse und vor allem angetan vom Untergeschoss: Hier ist die Fläche als eine Art Museum angelegt mit Design-Klassikern vom Unternehmen selber und andere gewagte Designstücke aus einer anderen Ära.

Danach gehen wir in einem Besprechungsraum, wo wir mit dem Interview anfangen: «Wo steht ihr aktuell, wenn es um Nachhaltigkeit und regulatorische Anforderungen geht?» Nachhaltiges Handeln sei seit der Gründung Teil der Unternehmens-

philosophie—insbesondere durch den Anspruch, langlebige und qualitativ hochwertige Möbel zu produzieren, erzählt Robert. Jährlich erstellen sie zudem einen Nachhaltigkeitsbericht. Gleichzeitig ist das Thema in letzter Zeit etwas in den Hintergrund gerückt, da sich die wirtschaftliche Lage in den vergangenen Jahren deutlich verschärft hat.

Die Umsetzung neuer regulatorischer Anforderungen hingegen befindet sich noch im Aufbau. «Wir beschäftigen uns intensiv mit den Themen; sind aber in der Umsetzung sicherlich nicht die schnellsten, weil uns da noch die Kapazitäten fehlen aber auch die Klarheit in den regulatorischen Vorgaben selbst». Vor allem die Entwaldungsverordnung (EUDR) beschäftigt sie, sagt er. Auf meine Frage, wer für das Sammeln von Daten zuständig sei, antworte er: «Der Einkauf, weil sie natürlich mit den Lieferanten im Gespräch sind, und bis jetzt sehr akribisch daran gearbeitet wurde», sagt Robert.

Wir kommen schnell auf Materialien zu sprechen. Mich interessiert, ob es bei COR eine klare Priorisierung in der Materialwahl gibt. Ja, diese orientiert sich stark an regionaler Nähe und Langlebigkeit, erzählt Robert. Ziel sei es, Transportwege zu minimieren und auf lokal verfügbare, hochwertige Materialien zurückzugreifen—etwa Buchenholz aus dem Sauerland. Neben der Herkunft spielt vor allem die Haltbarkeit eine zentrale Rolle, ebenso bei Leder und Stoffen. Bereits zuvor, im Rundgang durch die Ausstellung, haben wir über Kunststoffe und recycelte Materialien gesprochen. COR habe versucht, recycelten Kunststoff einzusetzen, doch das Material hat die Tests nicht bestanden: «Das steht dann im Gegensatz zur Haltbarkeit—wenn ein Produkt 20 oder 30 Jahre bestehen soll», sagt er.

Ob sie auf Produktebene CO₂ Bilanzen machen würden? Frage ich. Ja, sie arbeiten daran, schrittweise Environmental Product Declarations (EPDs) für seine Produkte zu erstellen, die unter anderem den CO₂-Fussabdruck abbilden. Die weitere Umsetzung erfolgt nach und nach vor allem im Objektbereich. Die Erhebung von Nachhaltigkeitsdaten auf Produktebene ist komplex, insbesondere wegen vielschichtiger Lieferketten und kleiner Zulieferbetriebe mit begrenzten Kapazitäten, meint Robert. Gleichzeitig gelten EPDs als schwer verständlich: «Grundsätzlich finde ich, dass ein einzelner CO₂-Emissionswert—zum Beispiel fünf Kilogramm CO₂ für diesen Stuhl—noch ein verständlicher Wert ist, der für den Endkunden sicherlich interessant sein kann. Aber alles, was darüber hinausgeht, geht vielleicht zu weit, als dass es für den Kunden wirklich relevant wäre.»

Ich verweise auf die Studie des Joint Research Centre (JRC), die der Möbelindustrie im Kontext des ESPR eine besondere Rolle zuschreibt. In diesem Spannungsfeld bewegt sich COR mit seiner konsequent auf Qualität und Langlebigkeit ausgerichteten Philosophie vergleichsweise sicher, sage ich. Dies zeigt sich auch im COREver-Programm des Unternehmens, das Massnahmen wie Reinigung und Aufarbeitung, Neubezug und Aufpolsterung, Reparatur und Instandsetzung sowie die sortenreine Trennung und Entsorgung umfasst. Das Unternehmen leistet so einen konkreten Beitrag zur Kreislaufwirtschaft.

Gerne möchte ich von ihm wissen, wie das Programm bei den Endkund:innen ankommt und inwiefern es sich wirtschaftlich trägt. Die Resonanz sei durchweg positiv, erzählt Robert. Schnell habe sich aber eine andere Seite gezeigt: Die Aufarbeitung ist aufwendig, nicht jedes Möbelstück lässt sich problemlos

reinigen oder reparieren; vieles ist möglich, aber mit erheblichem Aufwand verbunden. Entsprechend schwierig gestaltet sich die Wiedervermarktung, da die Preise hoch bleiben und die Zielgruppe bislang nur begrenzt erreicht wird. Gemeint ist insbesondere eine jüngere Zielgruppe—jene, die sich für Design interessiert, aber nicht über die gleiche Kaufkraft verfügt wie die bestehende Kundschaft. COR bewegt sich in einem etabliertem Vertriebsmodell: Das Unternehmen setzt beim Verkauf neuer Möbel auf ein etabliertes Händlernetz. Dieses Verhältnis möchte man natürlich nicht gefährden—obwohl eine andere Zielgruppe angesprochen wird. Das Angebot bleibt bewusst begrenzt und findet nur punktuell statt, etwa drei- bis viermal jährlich direkt am Produktionsstandort.

Solche reparierten Möbel lassen sich sehr gut über einen Produktpass adressieren, kommentiere ich. «Inwiefern ist dieses Programm heute auf eine strukturierte Datensammlung ausgerichtet?» frage ich dazu. Rückläufe werden im COREver-Programm systematisch erfasst, meint Robert: Umfangreiche Auswertungen liegen jedoch noch nicht vor, da das Programm mit rund 150 bearbeiteten Möbeln und einer Laufzeit von etwa knapp anderthalb Jahren noch in einer frühen Phase ist. «Wir haben schon eine Statistik darüber, welche Möbel wir zurückbekommen haben, welche sich gelohnt haben oder welche wir nur gereinigt haben, welche wir gepolstert haben, welche verkauft wurden, und so weiter».

Es ist inzwischen Mittag. Gleich fahren wir zum Werk, wo Produktion und Büros angesiedelt sind. Dort sind wir mit Christian Erpenbeck zum Essen verabredet. Seit einigen Jahren verantwortet er die Produktentwicklung bei COR, und ich freue

mich sehr auf den Austausch mit ihm.

Die Kantine wirkt grosszügig, das gemeinsame Mittagessen verläuft entspannt und in angenehmer Atmosphäre. Christian hat eine Zeit lang ebenfalls in Zürich gelebt, und wir unterhalten uns eine Weile über seine Erinnerungen an die Stadt und unsere Erfahrungen. Für das Interview verabreden wir uns später.

Zunächst machen Robert und ich einen Rundgang durch die Produktion. Wir sind über eine Stunde unterwegs. Die Anlage ist gross und ich bin beeindruckt, wie präzise hier alles aufeinander abgestimmt ist. Vieles wurde in den letzten Jahren neu gedacht und optimiert – etwas, woran Robert intensiv gearbeitet hat. Viele der Mitarbeitenden sind seit Jahren, teils Jahrzehnten im Unternehmen. Wir gelangen in den Bereich, in dem Reparaturen durchgeführt werden. Ich komme mit einem Polsterer ins Gespräch. Er zeigt mir ein Stück, an dem er gerade arbeitet: ein alter Ledersessel, ein Designklassiker von COR. Der Besitzer möchte ihn unbedingt zurück. «Es wird nicht einfach sein, aber es ist möglich!», sagt er und lächelt. Wir müssen weiter in die Produktentwicklung.



Christian Erpenbeck, COR

28. Januar 2026

Christian und ich sitzen erneut in der Kantine, sie ist jetzt aber leer, und im Vergleich zu vorher, ganz ruhig. Wir sind die Einzigen vor Ort und wir können ungeniert anfangen.

Ich zeige Christian das Poster mit der Grafik, das ich mitgebracht habe, und erkläre kurz die Prinzipien der Verordnung und wie der Zeitplan für den Bereich Möbel aussieht: 2028 sollen die delegierte Rechtsakte veröffentlicht werden und 2030 dann, also 18 Monate später, soll der DPP von den Herstellern implementiert werden. Ich erwähne, dass Strategien wie Wiederaufbereitung oder Reparatur wesentlich sein werden.

Ich erzähle ihm auch, dass ich über rückläufige Verkaufszahlen im Möbelsektor gelesen habe¹³ und frage ihn, ob Programme wie COREver trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen Teil einer langfristigen Zukunftsvision des Unternehmens sein können? Als bei Reparaturen oder fehlenden Ersatzteilen Probleme auftraten, erzählt Christian, kamen interne Anfragen: «Wie machen wir das denn überhaupt? Was steckt dahinter? Was ist da drin? Kriegen wir noch Ersatzteile? Und, und, und...» Er unterstützt nun diesen Bereich, in dem er nach Lösungen sucht, Unterlagen prüft und frühere Zulieferer kontaktiert. Zu Beginn machte sich das Unternehmen wenig Gedanken über den Umgang mit alten Möbeln und mögliche Rückläufe, meinte er. Gleichzeitig bestand Unsicherheit darüber, wie gross die Nachfrage nach Reparaturen oder Wiederaufbereitung tatsächlich sein würde. Aber bis jetzt fiel die Anzahl der Rückläufe geringer aus als ursprünglich angenommen. Es wird aber

erwartet, dass dieser Bereich mit zunehmender Bekanntheit weiter wächst, und man deshalb schrittweise den Bereich für Reparatur und Wiederaufbereitung weiter aufbaut. Wie Robert im Gespräch zuvor erzählt hat, stellt der Wiederverkauf der aufbereiteten Möbel jedoch eine besondere Herausforderung dar.

Ich erwähne, dass ich überrascht war, als wir zuvor im Raum mit den derzeit entwickelten Prototypen standen und er auf meine Frage zum Einfluss der Designer:innen im Bereich Nachhaltigkeit antwortete, dass ihr Beitrag in erster Linie in der Gestaltung liege und sie in bestimmten Bereichen – beispielsweise bei technischen Lösungen (zur Förderung z.B. von Nachhaltigkeit) – eher zurückhaltend eingebunden würden, da sie in diesem Bereich offenbar auch nicht besonders aktiv seien. Designer dürfen natürlich mitdenken, dennoch orientieren sich Produktentwicklungen stark an der Marktposition und Wahrnehmung der Marke, meinte er. Es muss zu COR passen. Während neue Formen möglich sind, zeigt sich das Unternehmen bei technischen Neuerungen eher vorsichtig, da Komfort und Markenidentität erhalten bleiben sollen. Experimentelle ökologischere Konzepte beispielsweise wurden getestet, stiessen jedoch intern und im Handel auf Skepsis.

Dies hat aber auch damit zu tun, dass Unternehmen von Händlern und Kundschaft bestimmten Produktkategorien zugeordnet werden, meint er, was beeinflusst, welche Produkte überhaupt wahrgenommen und verkauft werden. Ein Beispiel zeigt, dass ein Konferenztisch trotz guter Gestaltung nur begrenzt erfolgreich war, da die Marke primär mit Polstermöbeln verbunden wird. Also wenn jemand auf der Suche nach einem Konferenztisch ist, wird er oder sie nicht in erster Linie bei

COR anklopfen. «Auch im Objektbereich, in dem wir jetzt erfolgreich agieren, hat es viele Jahre gedauert, bis plötzlich vielen Händlern die Augen aufgegangen sind und sie erkannt haben, dass COR auch solche Lösungen anbieten kann.» sagt er und: «Vor ein paar Jahren ist jeder in den Outdoor-Bereich gegangen, wo wir uns dann auch gefragt haben, müssen wir das auch anbieten? Wir uns aber dagegen entschieden.» Denn dafür müssten die Möbel ganz andere Voraussetzungen erfüllen und es wären andere Materialien erforderlich als die, auf die das Unternehmen spezialisiert ist – nämlich Holz- und Polstermöbel.

Ich hacke nach und möchte mehr über Designentscheidungen sprechen: «Aber meinst du nicht, dass man als Designer strategischer entwerfen kann?» «Ja schon, aber schlussendlich, Strategie hin oder her: Erstmal muss es «geil» aussehen. Wenn ich irgendwo hingehe und etwas sehe – das Sofa oder was es auch immer ist, den Stuhl –, dann muss der Kopf direkt sagen: Boah, das sieht aber echt cool aus. Und erst dann wird geschaut: Kann ich auch darauf sitzen? Ist es bequem? Ich glaube, das ist nach wie vor der erste Schritt.»

Ein Möbelstück muss also auf den ersten Blick erst einmal begeistern und optisch überzeugen, bevor Aspekte wie Komfort oder Nachhaltigkeit relevant werden. Aus der Hersteller-Perspektive, sind Geschichten oder das Konzept hinter dem Design weniger wichtig als der unmittelbare Eindruck des Produkts, meint er. «Viele – auch Designer – erzählen oft eine lange Geschichte darüber, wie sie zu ihrem Produkt gekommen sind. Letztendlich interessiert das niemanden, weil ich einfach das Produkt sehen will. Dann kann man nach drei Sekunden sagen: «Cooles Teil.»»

Einerseits bin ich für diese erfrischend direkte Haltung dankbar, andererseits macht sie mir erneut bewusst, wie stark ich mich selbst in einer Designblase bewege. Dieser Pragmatismus. Es steht im deutlichen Kontrast zu der oft sehr konzeptuellen und detailverliebten Denkweise vieler Designer:innen. Während wir uns häufig intensiv mit Narrativen, Prozessen und gestalterischen Feinheiten beschäftigen, stehen hier vor allem die unmittelbare Wirkung des Produkts und die Logik des Marktes im Vordergrund: Ein Produkt muss auf den ersten Blick gut aussehen. Was das genau bedeutet, ist natürlich eine andere Frage. Kritisch könnte man diese Haltung auch als eine eher kurzfristige und reaktive Herangehensweise des Unternehmens betrachten. «Ich mit meinen Strategien», sage ich ironisch, aber möchte seine Meinung hören, ob man Möbel nicht bereits in der Entwicklung konsequent auf spätere Rücknahme, Reparatur und Wiederaufbereitung auslegen sollte. Damit würde ja eine langfristige Strategie unterstützt, bei der Materialien, Bauteile und Informationen von Beginn an systematisch dokumentiert und digital erfasst werden, um zukünftige Prozesse – beispielsweise Reparaturen – zu erleichtern. Christian ergänzt noch, dass die Produktion und Dokumentation bei Ihnen heute weitgehend digitalisiert ist. Im Gegensatz zu früher werden Bauteile nun detailliert in 3D erfasst und dokumentiert, wodurch Reparaturen, Nachbestellungen und Reproduktionen deutlich einfacher werden. Selbst kleine Komponenten erhalten eigene Artikelnummern. Diese systematische Erfassung verbessert laut ihm auch die Voraussetzungen für Nachhaltigkeit und langfristige Reparaturprozesse. Umso mehr meine ich, dass man diese Daten bewusst effizienter und wirtschaftlicher für das bereits bestehende

Refurbishment-Programm nutzen kann. Christian erklärt daraufhin, dass die Erfahrungen mit dem Rücknahmeprojekt langsam zu einem Umdenken in Bezug auf nachhaltige und reparaturfreundliche Konstruktionen führen. Da künftig mehr Möbel zurückkommen könnten, sucht das Unternehmen nach besseren Lösungen. «Und das ist jetzt der Fall, wo wir uns intern schon damit auseinandersetzen, wie wir die Tackern wieder lösen können, zum Beispiel. Das sind die ersten Ansätze. Wir müssen beobachten, wie sich das weiterentwickelt.» Er erzähl mir, welche Alternativen sie dafür entwickelt haben. «Und meinst du, dass solche neuen Lösungen für eine bessere Trennung von Materialien langfristig die Ästhetik eines Produkts verändern könnten? Oder spielt das gar keine Rolle? Siehst du da irgendwelche Parallelen?» Möchte ich gerne von ihm wissen. «Na ja, ich weiss gar nicht» überlegt er, und dann «Das ist immer die Frage was zuerst da war: Das Ei oder das Huhn? Zuerst die Systematik oder der Entwurf? Die Form, wie es gut aussieht? Also, im besten Fall ist natürlich beides zusammen, das wäre natürlich super.» Designer:innen hätten aber oft weniger technisches Wissen, aber genau das, würde Vorteile mit sich bringen: Gerade durch den unvoreingenommenen Blick entstünden mutige und innovative Entwürfe. Zu viel technisches Denken könne kreative Ideen hingegen früh einschränken. Innovation entstehe oft erst durch den späteren Kompromiss zwischen Gestaltung und Umsetzung.

Ich frage Christian, welchen Fokus die zukünftige Verordnung seiner Einschätzung nach im Möbelbereich setzen könnte. Er hält insbesondere Polstermöbel für relevant, da diese aus vielen unterschiedlichen und oft verborgenen Materialien bestehen. Im Gegensatz zu einfacheren Produkten wie Tischen zum Bei-

spiel, sei dort die Transparenz über Materialien, Aufbau und Inhaltsstoffe deutlich wichtiger – und zunehmend auch für Konsument:innen von Interesse. «Was für Federn sind das? Woher kommen sie? Sind sie lebend gerupft oder tot gerupft? Oder, wo kommt das Holz her? Solche Fragen kommen immer häufiger vor», meint er.

Wir kommen auf den Online-Handel zu sprechen. Der DPP könnte den E-Commerce nochmals verstärken. Abgesehen davon, dass COR seine Möbel ausschliesslich über Händler verkauft, ist Christian sicher, dass Kunden Möbel immer noch ausprobieren möchten, und nicht einfach etwas online bestellen werden – vor allem wenn es sich um teure Möbel handelt. Insbesondere Sitzmöbel seien stark von individuellen Bedürfnissen abhängig und müssen deshalb persönlich ausprobiert werden. Menschen haben unterschiedliche körperliche Voraussetzungen – ein Möbelstück könne nicht für alle gleichermassen passend sein.

Ich bedanke mich für das aufschlussreiche Gespräch und mache mich wieder auf den Weg zu meiner Unterkunft. Der Tag hat mich nachdenklich gemacht – und zugleich spüre ich eine tiefe Müdigkeit nach all den intensiven und spannenden Eindrücken. Morgen werde ich Robert erneut treffen. Dann wollen wir ausführlicher darüber sprechen, wie der Digital Product Passport konkret umgesetzt werden kann, denn sie befinden sich bereits mitten im Aufbau eines solchen Systems.

Robert Wilm, COR

29. Januar 2026

Wir sitzen wieder zusammen im Besprechungsraum im COR-Haus. Es hat geschneit und alles draussen wirkt wie aus einer Schneekugel.

Bei einer Tasse Kaffee steige ich schnell wieder ins Thema ein und möchte gerne erfahren, wo sie momentan bei der Entwicklung des DPPs stehen, mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind und welche Chancen sie darin erkennen. Robert erzählt, dass eine zentrale Herausforderung beim Aufbau sei, die grosse Menge an erforderlichen Informationen und Daten bereitzustellen. Viele dieser Daten – etwa zu Wasserverbrauch oder CO₂-Emissionen in der Produktion – wurden bisher weder intern noch bei Lieferanten systematisch erfasst. Die bestehenden Systeme seien bislang nicht darauf ausgelegt, die für den Digital Product Passport benötigten Daten zu speichern und weiterzuverarbeiten. Durch die aktuelle Einführung eines neuen ERP-Systems versucht das Unternehmen nun, entsprechende Datenstrukturen frühzeitig mitzudenken. Das Unternehmen sammelt bereits schrittweise Daten aber weil viele Lieferanten sehr kleine Betriebe seien und noch unklar ist, welche Daten künftig verpflichtend werden, wolle man sie derzeit nicht überfordern. «Das heisst also, dass ihr jetzt erstmal sammelt, was bereits vorliegt, richtig?» frage ich. «Genau». «Und wie geht ihr vor?», möchte ich wissen. «Wir wissen ja, welche Daten in unserem ERP-System stecken. Nebenbei haben wir noch ein PIM-System, in dem alle Produktinformationen hinterlegt sind – Marketingtexte, Bilder etc. Aus dem ERP-System und dem



PIM-System werden dann die Informationen herausgezogen. Und wir haben jetzt ein kleines Projektteam, das sich mit dem digitalen Produktpass beschäftigt, das aus der IT und dem Marketing besteht.» «Und welche Informationen genau wären dann wichtig zu berücksichtigen in eurem Fall?», frage ich. «Da wäre natürlich erstmal alles, was mit dem Produkt-Aufträgen zusammenhängt. Diese Informationen sind sehr relevant für uns», antwortet er. «Dann haben wir generische oder feste Informationen, wie Zertifikate, die wir für dieses oder jenes Produkt dann haben. Pflegehinweise, kämen auch noch dazu». Das Unternehmen sieht den Nutzen des Digital Product Passport vor allem darin, Kundinnen und Kunden einfache Informationen zur Nutzung, Pflege, Reinigung und Reparatur ihrer Möbel bereitzustellen. Viele dieser Informationen existieren bereits, müssten jedoch künftig strukturierter aufbereitet und digital zugänglich gemacht werden.

«Wie könnt ihr die Qualität der Daten garantieren, also auf die Echtheit der Informationen?», möchte ich wissen. Robert erklärt, dass das Unternehmen aufgrund der engen Beziehungen zu seinen überwiegend europäischen Lieferanten grundsätzlich keine Schwierigkeiten darin sieht, Informationen für den Digital Product Passport einzuholen. Herausforderungen bestünden weniger im Austausch selbst als vielmehr darin, ob kleinere Lieferanten die geforderten Daten überhaupt bereitstellen können.

Die technische Integration des DPP in den Produktionsprozess erscheine hingegen vergleichsweise einfach: Ein Chip wird ins Produkt eingenäht und mit dem jeweiligen Auftrag verknüpft. Unklar sei jedoch noch, wie aufwendig die langfristige Betreuung, Aktualisierung und Verwaltung der DPPs sowie der

daraus entstehenden Nutzungsdaten sein wird. Ja, das Potenzial ist gross, auch im Bezug auf das Nutzerverhalten wird es sehr interessant», füge ich hinzu. «Na ja, Nutzerverhalten ist ja auch relativ», sagt Robert, «bislang nutzen wir zum Beispiel unsere Social-Media-Daten gar nicht. All diese Nutzerinformationen, die wir darüber bekommen, also wer uns liked, wer uns folgt, schauen wir uns gar nicht an. Dafür haben wir momentan auch gar nicht die Kapazitäten.»

«Wie schaut ihr auf die kommenden delegierten Rechtsakte?», möchte ich wissen. Zu Beginn wurde der Digital Product Passport im Unternehmen positiv aufgenommen, da er als nützliches und flexibel gestaltbares Werkzeug wahrgenommen wurde. Die anfängliche Euphorie wurde jedoch gedämpft, als klar wurde, welche umfangreichen Daten künftig enthalten sein könnten. Dabei zeigte sich, dass viele Informationen bislang fehlen oder teilweise als sensibel betrachtet werden. Daten, die für den Wettbewerb einen Nachteil bedeuten würden, wenn man sie preisgibt.

Robert beschreibt, dass man merkt, dass alle mit den gleichen Problemen beschäftigt sind, fehlende Ressourcen, mangelnde Daten bei Lieferanten und begrenzte personelle Kapazitäten. Auch innerhalb der Branche werde deutlich, dass viele Unternehmen derzeit noch improvisieren und nach praktikablen Lösungen suchen. Wichtig sei, anzufangen, sage ich.

COR arbeitet mit einem externen Anbieter zusammen. Ich möchte gerne von ihm hören, wie diese Zusammenarbeit aussieht. Robert beschreibt zunächst den aktuellen Digital Product Passport als verwaltbare Online-Plattform, in der Inhalte derzeit noch manuell eingefügt werden. Langfristig soll die Datenüber-

tragung jedoch automatisiert über Schnittstellen zwischen dem DPP, dem ERP-System und weiteren IT-Systemen erfolgen. Die externen Partner setzen dann die technische Anbindung und Datenzuordnung um. Sie übernehmen ebenfalls die technische Infrastruktur, darunter die Beschaffung geeigneter Chips sowie das Hosting und die Bereitstellung der Plattform, auf der die DPP-Daten gespeichert werden.

Robert verrät mir, dass sie im April auf der Möbelmesse 2026 in Mailand ein Produkt mit integriertem Chip und Digital Product Passport vorstellen möchten. Wow, denke ich: Genau darin liegt für mich die eigentliche Stärke: Erfahrungen zu sammeln, Prozesse zu testen und daraus zu lernen. Vielleicht entsteht echter Fortschritt genau dort – im Mut, sich bereits jetzt auf unbekanntes Terrain zu begeben.

Wir beenden unser Gespräch. Die Zeit bei COR war intensiv, inspirierend und voller horizonterweiternder Gedanken. Besonders der offene Austausch bleibt mir im Kopf. Mit Leo Lübke, der Geschäftsführer, werde ich im Nachhinein noch einen Videocall führen, da er sich derzeit im Ausland aufhält.

Es ist Freitag, und ich mache mich auf den Weg zurück zu meiner Unterkunft. Morgen geht es weiter Richtung Amsterdam. Am Montag treffe ich für mein letztes Interview zwei Designer des Möbelherstellers Ahrend. Unglaublich, wie schnell diese zwei Wochen vergangen sind! Und ich merke jetzt schon, wie aufgeregt ich bin. Doch zuerst Wochenende. Das verbringe ich bei meiner Freundin Tina in Eindhoven. Sie muss am Samstag Vormittag arbeiten also besuche ich eine im Nachhinein beeindruckende Ausstellung im MU Hybrid Art House über Quantenphysik und Quantencomputer. Danach bin ich völlig begeis-

tert: «What we observe is not nature itself, but nature exposed to our method of questioning», steht an einer Wand geschrieben – ein Zitat von Werner Heisenberg. Die unterschiedlichen Arbeiten der Künstler bewegen mich. Die Quantenphysik soll sichtbar machen, wie sehr alles miteinander verbunden ist – nichts ist eindeutig und vieles geschieht gleichzeitig, voller Wechselwirkungen und gegenseitiger Abhängigkeiten.



d. Amsterdam

Marck Haans und Kees de Boer, Ahrend

2. Februar

Als ich am Sonntagabend in Amsterdam ankomme, weht ein kalter Wind durch die Strassen – einer, der sich anfühlt, als käme er direkt vom Nordpol und der die nächsten Tage bleiben wird. Diese Stadt schüchtert mich ein wenig ein. Es ist nicht das erste Mal, dass ich hier bin, und trotzdem wirkt sie jedes Mal aufs Neue überwältigend auf mich: voller Geschichte, Schönheit und Menschen. Viele Menschen.

Als ich am Montag morgen bei Ahrend ankomme und mich an der Rezeption anmelde, bin ich etwas aufgeregt. Kurz darauf kommt Marck Haans lächelnd auf mich zu. «Wir können uns auch auf deutsch unterhalten» meint er sofort. Wir gehen direkt weiter zu den Büros, um noch jemanden abzuholen. «Mein Kollege Kees ist auch mit dabei», sagt er.

Wir passieren einen Showroom und treffen Kees in seinem Büro, das er sich mit den Ingenieuren teilt. Es liegt etwas abgetrennt und ist Teil eines grösseren Raumes voller Prototypen, die ich verständlicherweise nicht fotografieren darf. Gleich daneben befindet sich der Bereich, in dem sämtliche Tests durchgeführt werden. Dort darf ich immerhin ein paar Fotos machen. Marck hingegen arbeitet, wie er erzählt, meist in Sint Oedenrode in Amsterdam oder von Zuhause aus. Anschliessend fahren wir mit dem Lift wieder nach unten und setzen uns in eine der «Design-Boxen», an denen wir zuvor vorbeigegangen sind – eben-

falls ein Entwurf von Marck. Zuerst erzähle ich etwas über mich, über das was ich vorhabe und warum ich hier bin. Sie hören aufmerksam zu. Als ich das ESPR erwähne, kommentiert Kees gleich: «Es dreht sich alles viel zu sehr um die CO₂ Emissionen». Sie fangen schon im Entwurf damit an, mit den Lieferanten auszuwählen, welche Materialien wieviel CO₂ produzieren, und das würde bei Ihnen viel Einfluss im Design einnehmen. Ich zeige ihnen das Poster mit der grafischen Taxonomie: «Hier in den Niederlanden haben wir seit 2024 etwas ähnliches, nämlich die NPR 8313» sagt Kees. Es ist kein Gesetz oder Standard sondern mehr eine Empfehlung. Aber viele Kunden verlangen es, sagt Marck. Und je mehr Kunden kritisch werden und solche Richtlinien verlangen, desto mehr wird es zum Standard.

Später recherchiere ich: Die niederländische Norm NPR 8313 regelt, wann Materialien rechtlich nicht mehr als Abfall gelten und wieder als Rohstoff genutzt werden dürfen – mit dem Ziel, Wiederverwendung und Kreislaufführung zu fördern.

Am meisten interessiert mich, erzähle ich ihnen, das Thema «Furniture-as-a-Service» (FaaS) «Das ist bei uns eigentlich das Einfachste – wenn es einmal läuft», sagt Marck und lacht dabei. Denn zunächst musste das Unternehmen enorme Summen investieren. «Man nutzt einen Stuhl, der vielleicht drei Euro pro Monat kostet», sagt er, «aber eigentlich kostet dieser Stuhl 470 Euro.» Warum also ein solches Modell aufbauen? «Damit wir die Produkte zurückbekommen», antwortet er sofort. «Sie sollen unsere Produkte bleiben, der Kreis soll sich schliessen.» Kees erklärt, dass Ahrend bereits in den 1990er-Jahren begann, sich mit Eco Design auseinanderzusetzen, später auch mit Cradle to Cradle. Erste zertifizierte Produkte Anfang der 2000er-Jah-

re wurden zu Lernfeldern: verklebte Polsterungen wurden hinterfragt, Konstruktionen reparierbarer gedacht, Materialien neu bewertet. Schritt für Schritt entstand daraus ein anderes Verständnis von Produktentwicklung. Die Unternehmensleitung erkannte, dass das Thema nicht nur ökologisch relevant war, sondern langfristig auch wirtschaftlich und kulturell an Bedeutung gewinnen würde.

Marck und Kees erzählen, dass irgendwann eine einfache, aber folgenreiche Erkenntnis im Raum stand: Viele ihrer Stühle hielten deutlich länger, als sie tatsächlich genutzt wurden. «Die reale Lebensdauer lag bei fünfzehn bis zwanzig Jahren», sagt Kees, «aber oft wurden sie schon nach acht Jahren ersetzt.» Daraus entstand die Frage, wie Produkte länger im Umlauf bleiben könnten. «Wir haben festgestellt, dass unsere Qualität fast zu gut ist. Unsere Stühle wurden nach zehn Jahren noch für 150 Euro auf Ebay verkauft. Das heisst, die Produkte waren so langlebig, dass wir überlegen mussten, wie wir weiterhin von dieser Qualität profitieren können.» Ich möchte wissen, ob sich die Möbel, die Ahrend vermietet, konstruktiv von jenen unterscheiden, die regulär verkauft werden. «Nein», sagt Kees, «es sind exakt die gleichen Möbel.»

2018 hat das Unternehmen gemeinsam mit Gispén – eine Tochterfirma von Ahrend, den «Circular Hub» gegründet. In Veghel werden seitdem Möbel zurückgenommen, repariert, zerlegt und für ein zweites Leben vorbereitet. Rund 20000 Quadratmeter umfasst der Standort – ein Ort, an dem Kreislaufwirtschaft nicht mehr nur Vision oder Strategiepapier ist, sondern konkrete industrielle Praxis. «Weil der CEO ebenfalls daran geglaubt hat, wurde das Projekt weitergezogen» kommentiert

Marck. Aber das FaaS Modell funktioniert nicht immer, denn manchmal gibt es strukturell bedingte Hürden. Kees erzählt zum Beispiel, bei städtischen Einrichtungen wie Schulen, gibt es jährlich ein bestimmtes Budget, den es auszugeben gilt. Mit Leasing ist das Budget längst nicht aufgebraucht, also werden deshalb weiterhin neue Möbel gekauft.

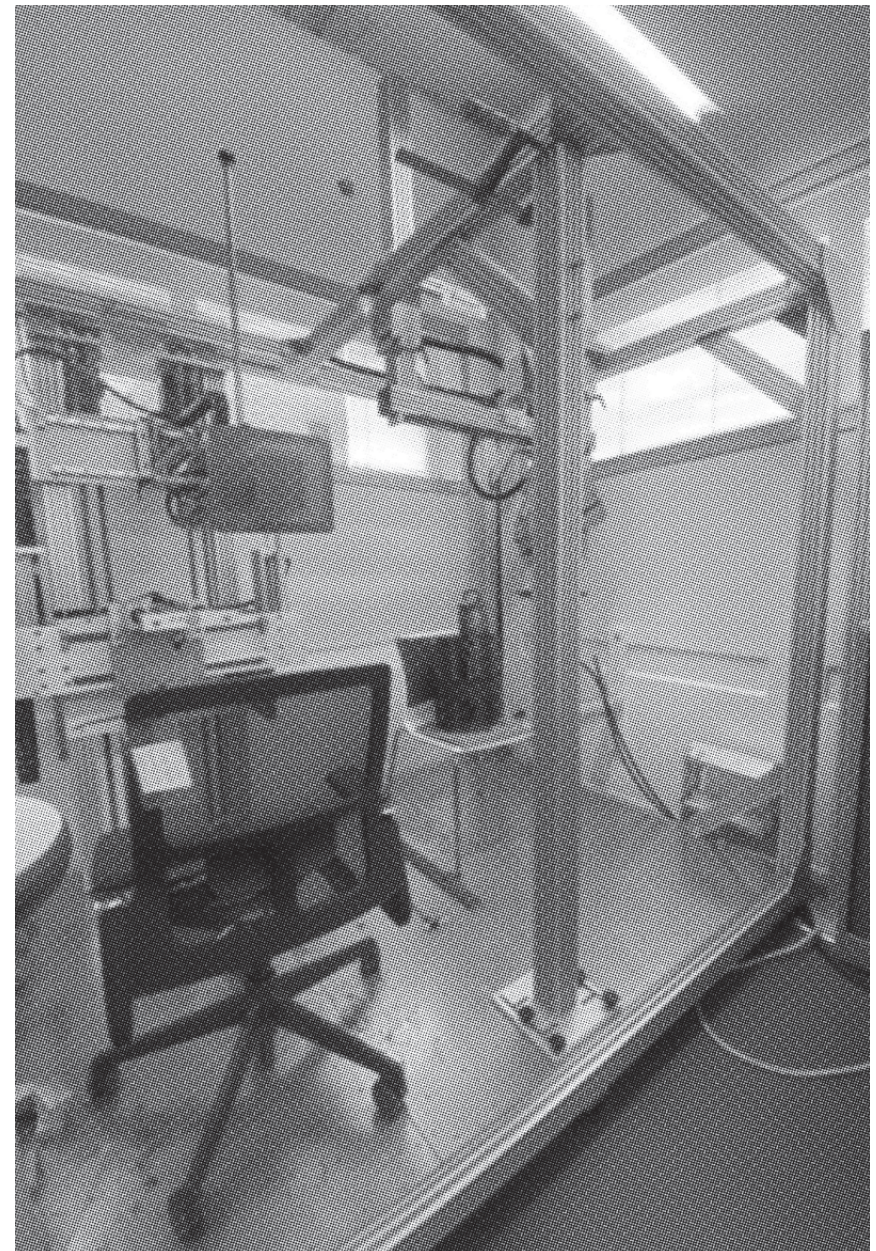
Trotz allem: «Allein im letzten Jahr haben wir 70'000 Stück ausgetauscht und zurückbekommen. Inzwischen verfügen wir über ein Lager mit rund 400'000 Möbelstücken – darunter viele Stühle und Tische, die noch nicht wieder eingesetzt wurden. Bei Modellen wie zum Beispiel dem 230er Stuhl, wissen wir jedoch bereits, dass sie weiterhin gefragt sind und wie wir sie wiederaufbereiten können. Und das ist schön», erzählt Kees. Ahrend nimmt nicht nur eigene Möbel, sondern teilweise auch Produkte anderer Hersteller zurück und versucht, diese mithilfe von Ersatzteilen zu reparieren. Dabei zeigt sich, wie wichtig langfristig verfügbare Werkzeuge und Bauteile sind.

Besonders komplex ist dies bei Bürostühlen mit hundert Einzelteilen. Fehlt nur ein einziges Bauteil, kann ein Produkt weder gebaut noch repariert werden. Deshalb wird zunehmend darüber nachgedacht, wie lange Ersatzteile und Werkzeuge verfügbar bleiben müssen, um langlebige Nutzung und Reparatur langfristig zu ermöglichen. Dies sei eine grosse Herausforderung, denn im Vergleich zur Automobilindustrie sei die Branche zu klein, sagt Marck, um einen eigenständigen Markt für nachproduzierte Ersatzteile zu schaffen. Dennoch versucht das Unternehmen, wichtige Komponenten langfristig verfügbar zu halten, da bekannt ist, welche Teile besonders anfällig sind. Dafür werden Produkte intensiv getestet und grosse Ersatzteillager

mit tausenden Einzelteilen aufgebaut.

Ahrend hat zudem bereits seit circa fünf Jahren begonnen, RFID-Tags in seine Möbel zu integrieren. Mit einer speziellen Asset-Management-App ausgestattet für Facility-Management-Services. Die Zielgruppe seien vor allem grosse Kunden im Facility Management – Unternehmen, die grosse Mengen an Möbeln in Bürogebäuden verwalten müssen. Kees erzählt, dass sich darüber Informationen zu Materialien, Produktionszeitpunkten oder Polsterungen digital auslesen lassen – klingt fast wie einem früher Vorläufer des Digital Product Passport.

Die Verwaltung dieser Daten übernimmt eine eigene Datenmanagement-Abteilung. Dabei wird schnell deutlich, wie stark sich die Branche verändert hat. «Wir haben mittlerweile mehr Datenmanager als Designer», scherzt Marck und lacht herzlich. Ein Satz, der zunächst beiläufig klingt, mich aber sofort beschäftigt. Wie beeinflusst das eigentlich den Designprozess? frage ich. Kees erzählt, dass die Entwicklung eines neuen Produkts, nach einem abgestimmten Ablauf läuft: Zuerst kommen Marketing und erste Ideen, danach Design, Engineering und schliesslich die technische Umsetzung. Erst wenn alle Einzelteile definiert sind – bei einem Bürostuhl sind das rund 187 Komponenten – beginnt die Produktion. Jedes einzelne Bauteil erhält so von Anfang an eine eigene Identität und wird im Produktmanagement erfasst. Wie bei COR, befindet sich auch Ahrend derzeit mitten im Wechsel auf ein neues ERP-System. Ahrend dokumentiert nicht nur einzelne Bauteile, sondern auch sämtliche Versionen und technische Änderungen eines Produkts. Dadurch lässt sich später nachvollziehen, wann Anpassungen vorgenommen wurden oder welche Serien Probleme aufweisen.



Als Beispiel erzählen sie von einem Stuhl, bei dem Holzkäfer in einer Holzschicht Materialschwächen verursachten. Die betroffenen Gestelle konnten dank genauer Verfolgbarkeit identifiziert und ausgetauscht werden.

«Das Spannende ist», ergänzt Marck, «dass wir ebenfalls sehen können, wie intensiv Möbel tatsächlich genutzt werden.» Manche Bereiche seien überbelegt, andere kaum genutzt. Möbel könnten dadurch gezielter verteilt und eingesetzt werden.

Komplex wird es allerdings beim Thema Nutzungsdaten und Privatsphäre. Ahrend experimentierte zeitweise mit digitalen Funktionen wie personalisierten Sitz- und Tischhöhen oder der Analyse von Nutzungsverhalten, um Arbeitsplätze ergonomischer zu gestalten. Doch schnell zeigte sich ein Spannungsfeld zwischen Bedürfnisse, Datennutzung und Datenschutz. Die Sorge um Privatsphäre war zu gross und das Vorhaben wurde gestoppt. Gleichzeitig bleibt das Unternehmen bei integrierter Elektronik vorsichtig, da Möbel oft deutlich langlebiger sind als digitale Technologien – letztere würden sich zu schnell weiterentwickeln. Seid ihr aktiv am DPP dran? Frage ich. Ahrend sammelt bereits heute Produktdaten und entwickelt Teile der digitalen Infrastruktur intern. Besonders im Bereich Furniture-as-a-Service und Asset-Management arbeitet das Unternehmen mit RFID-Technologie und externen Chip-Herstellern zusammen.

Ich frage nach der Materialauswahl: Ahrend legt grossen Wert auf den Einsatz recycelter Materialien und versucht gleichzeitig, die Materialvielfalt möglichst gering zu halten. Besonders bei Kunststoffen wird auf wenige, klar definierte Materialtypen gesetzt, um Recycling und Wiederverwertung zu erleichtern.

«Am besten möchte man Mono, Mono, Mono» sagt Marck, und er meint natürlich Monomaterialien. Kees fügt hinzu: «Zum Beispiel das «Remote Chair» bei uns, hat nur ein einziges Teil aus recyceltem Aluminium. Alle anderen Teile sind aus nur 2 verschiedenen Kunststoffen und von denen ist 90% Recyclinganteil». Aber mit Glasfasern, betont Marck. Das finde ich jetzt interessant: «Ich dachte Kunststoff mit Glasfaser Verstärkung sei sehr schwierig zu recyceln», wundere ich mich. «Das wird immer öfters gemacht», sagt Kees. Kunststoffe werden mit Glasfasern verstärkt, um Produkte leichter, stabiler und somit CO₂-effizienter zu machen. Die Materialstärke sinkt, das Gewicht ebenso. Auch wenn dies Recyclingprozesse komplexer macht. Intern sorgte dieses Thema im Unternehmen für lange Diskussionen. Kees erklärt, dass Kunststoffe teilweise chemisch getrennt oder mit neuem Material zugemischt und wiederverwendet werden können. Langfristig träumt das Unternehmen aber davon, eigene Materialkreisläufe aufzubauen und aus alten Produkten neue Rohstoffe zu gewinnen. «Das ist unser Traum», sagt Marck. Erste Schritte dafür wurden bereits unternommen: Kunststoffarten werden heute gezielt getrennt gesammelt. Allerdings zeigt sich dabei ein strukturelles Problem – die anfallenden Mengen sind im Vergleich zur grossindustriellen Kunststoffproduktion noch sehr klein, sie sehen dabei ein grundlegendes Problem: Viele Recyclinginitiativen bleiben klein und kämpfen wirtschaftlich ums Überleben, da die Branche stark auf grosse Materialvolumen angewiesen ist. Gleichzeitig kritisieren sie die kurzlebige Nutzung hochwertiger Kunststoffe, etwa für Einwegprodukte, statt diese langfristig und sinnvoll einzusetzen.

Ich muss an meine Unterhaltung mit Thomas Ebert den-

ken und daran was er erwähnt hat, wie konservativ die Recycling-Branche noch ist.

Im Bezug auf die Zusammenarbeit mit externen Designer:innen bei Ahrend möchte ich gerne erfahren, ob es bestimmte Gestaltungsprinzipien, an denen sich alle orientieren müssen gibt? Ja, sagen sie. Besonders wichtig seien ihnen Cradle-to-Cradle-Prinzipien. Eco-Design allein reiche ihnen nicht mehr aus, erklären sie, weil es oft nur darauf abziele, Produkte «weniger schlecht» zu machen, statt wirklich zirkulär zu denken. Dann erzählen sie von einer Kooperation mit einem grossen Batterieunternehmen. Dort fallen Kunststoffe an, die regelmässig ersetzt werden müssen, obwohl sie technisch hochwertig bleiben. Ahrend nutzt diese Materialien weiter – trotz der Tatsache, dass recycelter Kunststoff teilweise noch immer teurer ist als neuer. Entscheidend sei die langfristige Partnerschaft und die Verlässlichkeit der Materialströme.

Auch externe Designer erhalten bei Ahrend ein klares Briefing und werden eng durch den gesamten Entwicklungsprozess begleitet. Nachhaltigkeit gehört selbstverständlich zu diesen Vorgaben dazu. Allerdings sehen Marck und Kees das Unternehmen selbst oft weiter als viele externe Designer, die in diesem Bereich zunächst stärker begleitet und sensibilisiert werden müssen. «Geratet ihr dabei manchmal in einen Konflikt zwischen ästhetischem Anspruch und Nachhaltigkeit?», frage ich. Marck und Kees erklären, dass Nachhaltigkeit bei Ahrend tief im Entwicklungsprozess verankert sei – von Marketing über Design bis hin zum Engineering. Bereits in frühen Phasen würden Materialdaten, CO₂-Werte oder Anforderungen für EPDs berücksichtigt. Gleichzeitig müssten Designerinnen und Designer

permanent unterschiedliche Anforderungen ausbalancieren: Recyclingfähigkeit, Reparatur, Kosten, Komfort, Produktion und Ästhetik. Welche Aspekte dabei besonders wichtig sind, werde strategisch gemeinsam mit dem Marketing entschieden. Vieles, sagen sie, sei mittlerweile Erfahrungswissen. Wer lange in derselben Branche arbeitet, entwickelt ein Gefühl dafür. Externe Designer hätten es oft schwieriger, weil sie zwischen unterschiedlichen Industrien wechseln und die spezifischen Anforderungen nicht immer gleich tief kennen.

Ich wundere mich darüber, dass Designideen ausgerechnet im Marketing ihren Ausgangspunkt haben. Doch Kees relativiert sofort: Wirklich innovative Produkte entstünden selten aus klar formulierten Business Cases oder festen Anforderungskatalogen. Oft würden neue Ideen zunächst sogar von der Geschäftsleitung mitgenommen. Entscheidend sei vielmehr, dass Teams aus Design, Engineering und Marketing trotzdem an ein Projekt glauben und es weiterverfolgen.

Ich erwähne die Studie des Joint Research Centre (JRC Quelle), die das grösste Nachhaltigkeitspotenzial im Möbelbereich in der Verlängerung der Nutzungsdauer sieht. Kees nickt. Für Ahrend stehe genau das im Mittelpunkt: Produkte möglichst lange im Einsatz zu halten, statt sie nur effizient zu recyceln. Deshalb versuche das Unternehmen, Möbel zeitlos, reparierbar und leicht wiederaufbereitbar zu gestalten – mit neutralen Farben, austauschbaren Polsterungen und lösbaren Verbindungen. «Neutrales Design», nennt er das. Möglichst wenig Trend, möglichst langlebig. «Doch entsteht dadurch nicht auch die Gefahr einer gewissen Vereinheitlichung? Dass am Ende alles grau wird?», frage ich. Ja, stimmt Kees zu, «diese Gefahr existiere



durchaus». Standards und Normen seien wichtig für Sicherheit und Vergleichbarkeit, könnten aber gleichzeitig Innovation einschränken. Gerade im Bürostuhl-Bereich führe die Orientierung an Normen oft dazu, dass sich Produkte stark ähneln. Manche ergonomischen Ideen würden verworfen, weil sie bestehende Standards nicht vollständig erfüllen und deshalb als zu riskant gelten. «Dann heisst es schnell: Ah, das entspricht nicht dem Standard? Dann können wir es nicht verkaufen.»

Ich frage nach einem möglichen Fokus der delegierten Rechtsakte im Rahmen der ESPR für die Möbelbranche. Ahrend arbeitet bereits eng mit Stofflieferanten wie Kvadrat und Gabriel zusammen, um recycelte Materialien in Textilien und Kunststoffen einzusetzen. Viele Stoffe bestehen heute bereits teilweise aus Post-Consumer-Recyclingmaterial. Dabei wird deutlich, wie komplex das Thema Kunststoff ist: Materialarten, Verfügbarkeiten und technische Anforderungen machen zirkuläre Lösungen schwierig. Darin sehen Marck und Kees eine der grossen Zukunftsaufgaben der Möbelindustrie.

Ich frage weiter, wie sich die Rolle von Produktdesigner:innen in den letzten Jahren verändert hat. Beide unterrichten selbst und Marck erzählt, dass in den Niederlanden Umweltfragen heute bereits früh Teil der schulischen Bildung seien – unabhängig vom Fachbereich. Kees ergänzt dazu, dass an der Technische Universität Delft, Nachhaltigkeit inzwischen genau gleich bewertet werde wie Ästhetik, Ergonomie, Wirtschaftlichkeit oder Markenidentität. Ich frage, ob Designer:innen dann in Zukunft strategischer oder mehr in Systemen denken müssen. Marck nickt und betont, dass Designer dafür auch deutlich mehr Unterstützung bräuchten – sowohl im Studium als auch später

im Berufsalltag. Besonders unabhängige Designer könnten die wachsende Komplexität kaum alleine bewältigen. Institutionen und Unternehmen müssten deshalb stärker Wissen, Ressourcen und Zusammenarbeit ermöglichen. Und weiter: «Nicht nur für unsere Kinder müsse man heute anders handeln, betont er, sondern für die Kinder unserer Kinder».

Als ich mich verabschiede, bin ich beeindruckt von der Offenheit dieses Gesprächs. Von der Klarheit, mit der beide über Widersprüche, Herausforderungen und Möglichkeiten sprechen. Und davon, wie selbstverständlich hier über Zukunft nachgedacht wird – nicht als abstrakte Vision, sondern als etwas, das bereits begonnen hat und längst umgesetzt wird.

e. Der Videocall

Zürich / Rheda-Wiedenbrück

Leo Lübke, COR

9. März

Ich bin mittlerweile seit drei Wochen zurück. Dazwischen lagen Ostern, die Frühlingsferien – fast zu viele freie Tage, denke ich – und das Gefühl, kaum richtig voranzukommen. Die Recherche scheint sich zwischen Alltag, Familie und aufgeschobenen Gedanken immer wieder zu zerstreuen. Umso mehr freue ich mich heute auf dieses letztes Gespräch – alles bündelt sich wieder.

Ich sitze zu Hause am Küchentisch. Im Atelier möchte ich niemandem ein zweistündiges Videogespräch zumuten. Hier bin ich ungestört. Punkt zehn Uhr erscheinen Robert Wilm und Leo Lübke auf meinem Bildschirm – freundlich schauen sie in die Kamera. Leo ist ebenfalls Produktdesigner und CEO von COR und somit tief in die gestalterischen Prozesse des Unternehmens eingebunden.

Ich stelle mich kurz vor, erzähle von meiner Recherche und davon, weshalb mich besonders die Auswirkungen der europäischen ESPR auf Designprozesse interessieren. Auch die Schweiz, sage ich, werde davon stark betroffen sein. Viele Produkte seien Teil europäischer Lieferketten, ein grosser Teil der Exporte gehe nach Deutschland. Anders als früher könne man diesmal nicht einfach abwarten, bis sich alles eingespielt habe. «Das wird eine Forderung des Handels sein», sagt Leo früh im Gespräch. Letztlich werde die Regulierung alle betreffen. Kri-

tisch sieht er weniger die Ziele als die zunehmende Bürokratisierung. Es gehe doch eigentlich darum, Produkte und Prozesse wirklich zu verbessern – nicht darum, immer komplexere Verwaltungssysteme aufzubauen.

Trotzdem begegnet das Unternehmen dem Thema grundsätzlich offen. Nachhaltigkeit sei seit Jahren Teil der Unternehmensstrategie. Zertifizierungen wie der Blaue Engel hätten geholfen, Materialien und Produktionsprozesse bewusster zu hinterfragen. Den Digital Product Passport sieht Leo nicht nur als regulatorische Pflicht, sondern auch als Chance: «Der DPP wird uns helfen, noch transparenter zu werden. Und ich glaube, dass er auch ein Service-Tool für unsere Endverbraucher:innen sein kann.» Ich erzähle ihm, dass genau deshalb COR für meine Recherche so interessant sei. Mich beschäftigt vor allem die Frage, wie stark solche Entwicklungen zukünftige Designentscheidungen beeinflussen werden. Gibt es bereits konkrete Strategien oder neue Kriterien bei euch im Entwurfsprozess? «Also bei uns kriegen die Designer in der Regel nicht mal ein Briefing», sagt Leo und lächelt freundlich. Vieles entstehe im Gespräch, spontan, im Austausch. Wenn nötig, fasse man später ein paar Punkte zusammen, aber grundsätzlich sei der Prozess eher locker und intuitiv.

Nachhaltigkeit zeige sich bei COR deshalb oft weniger in theoretischen Leitbildern als in konkreten konstruktiven Entscheidungen. Das Unternehmen versucht beispielsweise, den Einsatz von Schaumstoffen zu reduzieren. Statt ständig neue Materialien einzuführen, suche man eher nach intelligenten Konstruktionen, besseren Unterfederungen und Möglichkeiten, mit weniger Material auszukommen. Viele dieser Entschei-

gen würden allerdings weniger von Designerinnen und Designern beeinflusst als von internen Entwicklungs- und Produktionsprozessen. «Ehrlich gesagt kommt von den Designern da oft gar nicht so schrecklich viel», sagt Leo überraschend offen. Es gebe zwar Gestalter, die Nachhaltigkeit stark in den Mittelpunkt stellen, aber das allein reiche nicht aus. Anfang der 2000er-Jahre entwickelte COR sogar ein radikal nachhaltiges Sofa-Projekt – ein Flop wie sich herausstellte, ein Möbel, das niemand kaufen wollte. Kund:innen würden eher auf Ästhetik, Komfort und Preis reagieren. Nachhaltigkeit komme meist erst danach. Trotzdem versteht COR nachhaltiges Handeln als Verantwortung. Er erzählt von einem anderen Sofa mit sichtbarem Holzrahmen – entstanden aus dem Wunsch heraus, Konstruktion und Materialien ehrlicher und reparierbarer zu gestalten. Durch die Trennung der Komponenten liess sich das Möbel leichter aufarbeiten und langfristig nutzen. Erfolgreich wurde das Produkt am Ende jedoch nicht wegen seiner ökologischen Qualitäten, sondern weil die Menschen es schön fanden. Und bequem.

Mich interessiert besonders das Programm CORever. Da viele zirkuläre Geschäftsmodelle wirtschaftlich noch fragil sind, frage ich Leo, ob er glaubt, dass der Digital Product Passport künftig helfen könnte, das System auszubauen oder stärker zu etablieren? «Wir tasten uns gerade daran heran», sagt Leo. Zirkuläre Projekte verstehe man bei COR vor allem als Lernprozesse. Schwieriger bleibt die Frage des Marktes. Jedes Möbelstück müsse individuell bewertet werden: Lohnt sich die Reparatur? Gibt es Nachfrage dafür? Und interessiert sich eine jüngere Zielgruppe überhaupt noch für bestimmte ältere Designs? «Wir versuchen zumindest, dass das Ganze kostenneutral bleibt», sagt

Leo. Teilweise werden dafür Reststoffe aus alten Kollektionen verwendet – hochwertige Materialien, die sonst ungenutzt bleiben würden. Wirtschaftlich sei das System aber weiterhin schwer greifbar. «Es ist alles noch etwas schwammig und nicht wirklich messbar», gibt er offen zu. Trotzdem sei klar, dass man diesen Weg weitergehen müsse. Dann sagt er: «Wir müssen das machen. Es gehört einfach dazu, unseren Kundinnen und Kunden zu sagen: Du kaufst ein Sofa von COR – und wir bleiben ein Leben lang an der Seite dieses Sofas.» Im Objektbereich hingegen entwickeln sich Nachhaltigkeitskriterien zunehmend zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, wie anspruchsvoll Rücknahmesysteme im grossen Massstab werden können. Selbst engagierte Unternehmen stossen bei Tausenden zurückgegebenen Möbeln schnell an logistische, räumliche und personelle Grenzen. «Es ist ein unglaublich spannendes Thema», sagt Leo. «weil es eine riesige Herausforderung ist, die auf uns zukommt.»

Ich komme erneut auf die ESPR und die grafische Taxonomie meiner Recherche zu sprechen: Wenn Designer:innen eine solche Übersicht sehen – wird sie ihre Entwurfsentscheidungen beeinflussen? Leo hat die Grafik noch nicht gesehen, sagt er, aber er hofft das. Besonders durch COREver habe man erkannt, wie wichtig zeitloses Design für Kreislaufmodelle ist. «Manchmal altern Materialien langsamer als das Design», sagt er. Produkte könnten technisch noch intakt sein – wenn sie ästhetisch altern, wolle sie niemand mehr weiterverwenden. «Das besprechen wir eigentlich immer mit den Designer:innen», erklärt Leo. Möbel dürften nicht zu modisch sein. Man versuche deshalb, markante, aber gleichzeitig zurückhaltende Produkte zu gestalten. Mini-

malistisch, damit sie auch in zwanzig oder dreissig Jahren noch frisch wirken.

Ich möchte von Leo hören, was ein zukünftiger Designer:innen heute eigentlich können müssen – ausser kreativ zu sein und ästhetisch ansprechende Objekte zu gestalten. Muss man strategischer denken? Mehr in Systemen? «Für mich geht es vor allem um Sensibilität und Reflexionsvermögen», sagt er. Designer:innen seien Lösungssuchende, die sich intensiv mit Nutzung, Raum und Funktion auseinandersetzen und Nachhaltigkeit werde dabei zunehmend Teil der Gestaltungsaufgabe. Sie müssten ganzheitlich denken können, unterschiedliche Aspekte zusammenbringen – Lebensgefühl, soziale Fragen, Ergonomie, Nutzung. Design könne viel zu den Herausforderungen unserer Zeit beitragen, aber einfache Pauschallösungen gebe es nicht. Er verweist auf die Hochschule Ulm und auf Victor Papanek, der Gestaltung als Mittel verstand, konkrete gesellschaftliche Verantwortung zu nehmen und konkrete Probleme zu lösen.

«Was denkt ihr über die kommenden delegierten Rechtsakte?», frage ich. Vor allem beschäftigt sie der zunehmende Detaillierungsgrad und die Menge an Daten, die künftig bereitgestellt werden sollen. Leo betrachtet diese Entwicklung durchaus kritisch. Schon heutige Produktumweltdeklarationen wie EPD's seien extrem komplex. Während sich einfache Produkte mit wenigen Materialien noch vergleichsweise gut analysieren liessen, werde es bei Polstermöbeln schnell unübersichtlich: Holz, Schaumstoffe, Stoffe, Watte, Beschichtungen – jedes Material bringe eigene Anforderungen und Daten mit sich.

Im Laufe des Gesprächs kommt Leo auf ein grundlegendes Dilemma des Designs zu sprechen: Designer:innen schaffen Be-

gehrlichkeit. Sie entwerfen Dinge, die Menschen haben möchten – auch dann, wenn bestehende Produkte eigentlich noch funktionieren, sie schaffen Konsum. Leo bezweifelt deshalb, dass immer komplexere Nachhaltigkeitsbewertungen allein zu einer Lösung führen werden. Wichtiger sei ein gesellschaftliches Bewusstsein dafür, welche Folgen Konsum überhaupt hat. Ich muss sofort an das Gespräch mit Matthias denken. Genau über dasselbe Thema haben wir bereits am Anfang dieser Reise diskutiert. Jetzt, beim letzten Interview, taucht es wieder auf.

Ich erzähle von der Idee eines vereinfachten Labelings innerhalb des Digital Product Passport, um Nachhaltigkeitsinformationen verständlicher und vergleichbarer zu machen – etwa über ein Ampelsystem. Dafür bräuchte es jedoch klare Referenzwerte und gemeinsame Kriterien. Gemeinsam diskutieren wir, welche Faktoren dafür relevant sein könnten: CO₂-Werte, Gewicht, Reparierbarkeit, Rücknahmesysteme oder die Konstruktion eines Produkts? Leo betont dabei, dass Nachhaltigkeit bei Möbeln nicht allein über einzelne Materialien bewertet werden könne. Wichtiger seien Aspekte eines Produkts die erlauben, langfristig im Kreislauf zu bleiben. Deshalb plädiert er für differenzierte Bewertungssysteme und fachliche Gremien, die Möbel ganzheitlich beurteilen.

Als Letztes frage ich ihm, ob er glaubt, dass Design durch zukünftige Regulierungen langfristig stärker standardisiert werden könnte. «Theoretisch hast du wahrscheinlich recht», sagt er nachdenklich. «Darüber habe ich mir noch keine Gedanken gemacht. Aber praktisch kann ich es mir irgendwie nicht vorstellen.» Er beobachtet zwar, dass die Möbelbranche zunehmend von grossen Unternehmen geprägt wird und kleinere Herstel-

ler immer mehr verschwinden. Standardisierung könne also für grosse Unternehmen durchaus Vorteile bringen. Trotz allem: Wohnen und Einrichtung seien eng mit Individualität, Persönlichkeit und Lebensgefühl verbunden. Eine zu starke Vereinheitlichung könnte dazu führen, dass Möbel und Räume genau das verlieren, was sie ausmacht.

Als Präsident des Verband der Deutschen Möbelindustrie erlebt er jedoch, dass sich die Kritik weniger gegen die Inhalte richtet als gegen die praktische Umsetzbarkeit vieler Vorgaben. Besonders komplexe Regelungen wie die EUDR, die Entwaldungsverordnung, würden selbst Lieferanten und Forstbetriebe vor grosse Herausforderungen stellen. Am Beispiel der EUDR, wird deutlich, dass ihn weniger die Ziele als vielmehr die Wirkung der Regulierung beschäftigt. Ihm fehle oft der Fokus auf die eigentlichen Verursacher von Umweltproblemen. Stattdessen entstehe der Eindruck eines immer komplexeren Systems, das Unternehmen stark belaste, ohne dass klar messbar sei, ob die angestrebten Umweltziele tatsächlich erreicht werden.

Wir kommen langsam ans Ende des Gesprächs. Ich bedanke mich herzlich für die Offenheit und die vielen ehrlichen Einblicke. Wieder einmal merke ich, wie unterschiedlich die Perspektiven und Schwerpunkte auf dieselben Themen sein können – und genau das macht diese Gespräche für mich so wertvoll. Sie zeigen, wie wichtig Austausch und Diskussionen sind, besonders mit Menschen aus der Industrie, die täglich mit diesen Herausforderungen konfrontiert sind.

«Wir sehen uns hoffentlich in Mailand», sagen wir zum Abschluss. Ich freue mich sehr darauf, dort erneut neue Impulse, Diskussionen und Gedanken zum Thema mitzunehmen.

Gleichzeitig merke ich auch: Für diese Arbeit ist inzwischen fast zu viel Material zusammengekommen.

Deshalb geht es nun im nächsten Schritt nicht mehr um weitere Gespräche, sondern um die Analyse und die Schlussfolgerungen dieser intensiven und unglaublich spannenden Rechercheise.

5. Thematische Relevanz und Reflexion

Letzten Sommer besuchte ich im Rahmen des Theater Spekta-kels in Zürich eine Vortragsreihe mit Maja Göpel. Dabei ist mir ein Satz von ihr besonders in Erinnerung geblieben: «Die lineare Wirtschaft widerspricht der Natur des Wirtschaftens.»

Design, Industrie und Politik: Diese drei Bereiche ha-ben eine Verbindung. Oft beginnen Dinge oft mit einem Ideal oder einer Idee, bewegen sich dann hin zur Praxis und werden schliesslich Teil unserer Gesellschaft. Politik sollte reagieren, wenn Produkte unserer Umwelt oder Gesellschaft schaden. In-dustriell angefertigte Produkte, die teilweise tausendfach pro-duziert, gekauft und genutzt werden, müssen langfristig harmo-nisch und im Einklang mit unseren Vorstellungen eines guten Lebens stehen.

Aber wie schaffen wir das? Der Green Deal und der Akti-onsplan für die Kreislaufwirtschaft der Europäischen Union sind ein Versuch, die Produktion von Produkten kreislauffähig(er) zu machen. Eine wahre Herkulesaufgabe, ein riesiges Vorhaben – fast eine Überforderung allein in der Vorstellung. Aber es hat auch etwas Grossartiges und Mutiges, etwas Herausforderndes, und vielleicht auch etwas von: nicht unmöglich.

Mit der EU-Ökodesign-Verordnung (ESPR) und dem Di-gital Product Passport (DPP) werden Anforderungen an Pro-dukte gesetzlich verankert, Informationen sollen transparent ge-macht werden. All dies wird nicht innerhalb von ein paar Jahren geschehen, es ist eine langfristige Aufgabe und es macht Sinn,

dass es so ist: Langfristige Ziele müssen mit kleinen Schritten beginnen, nur so ist eine Umsetzung glaubwürdig und organisatorisch überhaupt zu bewältigen.

Meine Perspektive bleibt jedoch die einer Designerin, die davon überzeugt ist, dass Design mehr ist als nur Formgebung. Ich versuche dennoch aus meiner Blase herauszukommen, versuche bescheiden zu sein, mit anderen ins Gespräch zu kommen, Fragen zu stellen, zuzuhören. Vor allem das Zuhören fällt mir nicht einfach: Ich möchte in dieser Rolle als Gestalterin etwas dazu beitragen, weil mir ständig Dinge einfallen, ich muss mich zurückhalten und Kommentare sein lassen. Ich bin weder aus der Politik noch aus der Wirtschaft.

a. Der DPP und die Rolle des Designs

Bereits heute scheint sich abzuzeichnen, dass Daten zu Materialien und Produktionsprozessen in Unternehmen mit etablierten Kreislaufmodellen zunehmend Teil gestalterischer Entscheidungsprozesse werden. Das Beispiel des in puncto Zirkularität weit fortgeschrittenen Unternehmens Ahrend verdeutlicht, wie Materialentscheidungen bereits am CO₂-Fussabdruck ausgerichtet werden. Es liegt daher nahe, davon auszugehen, dass solche Bewertungsmaßstäbe künftig weiter an Bedeutung gewinnen – auch deshalb, weil sich der Wettbewerbsdruck im Zusammenspiel mit regulatorischen Anforderungen zunehmend verschärfen dürfte.

Sollte unser digitales Bewusstsein weiter wachsen, könnten Informationen über Herkunft, Materialität und Produktions-

weisen zunehmend selbstverständlich werden und einen realen Einfluss für gestalterische Entscheidungen erlangen. Doch nicht nur die Datenlage von Produkten dürfte sich verändern, sondern auch ihre Gestaltung selbst könnte sich unausweichlich an neue Anforderungen anpassen. Wenn effiziente Reparaturen, Wiederaufbereitung und zirkuläre Materialströme zu wirtschaftlichen Bedingungen werden, wird dies unweigerlich Einfluss darauf haben, wie Möbel entworfen, konstruiert und genutzt werden. Nicht zuletzt deshalb, weil sich Märkte künftig möglicherweise stärker serviceorientiert entwickeln werden, als es heute noch der Fall ist. In diesem Sinne spricht durchaus einiges für den Digitalen Produktpass (DPP).

b. Daten: Fluch und Segen zugleich

Die ESPR steht vor erheblichen Herausforderungen. Die grösste scheint dabei weniger die Regulierung selbst zu sein als vielmehr die Verfügbarkeit, Qualität und Nutzbarkeit von Daten. Es gibt eine Datenasymmetrie, ein Ungleichgewicht zwischen dem, was verlangt wird, und dem, was tatsächlich vorhanden ist. Die Industrie scheint teilweise eine «Black-Box» zu sein, in der fehlende Transparenz und Geschäftsgeheimnisse echte Hürden darstellen. Im Möbelsektor – insbesondere bei KMU und Familienunternehmen – sind Daten teilweise gar nicht vorhanden. Auch die Informationsweitergabe entlang der Lieferketten weist oft erhebliche Lücken auf. Die Nüchternheit, die in Aussagen anklingt, wonach der Digitale Produktpass (DPP) teilweise zu hohe Erwartungen weckt, erscheint mir deshalb nachvollziehbar.

Der Versuch, Informationen zunächst über bestehende Zertifikate und Standards zu bündeln, könnte Unternehmen vieles erleichtern. Ich habe den Eindruck, dass diese Realität mittlerweile auch im EU-Parlament angekommen ist.

Nichtsdestotrotz denke ich, dass es wie oben bereits erwähnt, künftig wesentlich sein wird, Daten wie CO₂-Emissionen, Materialherkunft, Recyclinganteile, Reparierbarkeit, usw. zu sammeln und sinnvoll zu nutzen. Die Investitionen vieler Unternehmen in neue ERP- und PIM-Systeme machen deutlich, dass es ernst gemeint ist – und sind aus meiner Sicht ein konkretes Zeichen dafür, dass sich in der Branche langsam etwas bewegt. Trotz erster Fortschritte bleiben strukturelle Herausforderungen bestehen: Ressourcen und Kapazitäten rücken als Problem in den Vordergrund. Oft werden Prioritäten dort gesetzt, wo regulatorischer Druck besteht, und nicht dort, wo Chancen liegen, nämlich neue Ideen, neue Angebote oder neue Märkte zu erschliessen – genau die Wege, die eine Kreislaufwirtschaft tatsächlich fördern könnten.

Neben mangelnder Datenverfügbarkeit stellt sich eine weitere Herausforderung: Die Frage nach dem Umgang mit sensiblen Informationen. Auch der Datenschutz erscheint als potenzieller Stolperstein. Es wirkt widersprüchlich, wenn künftig Daten eingefordert werden, deren Nutzung gleichzeitig an gesetzliche Grenzen stösst. Ich bin eine klare Verfechterin von Datenschutz. Gleichzeitig glaube ich, dass er nicht allein als Begrenzung verstanden werden sollte, sondern dort, wo es sinnvoll ist, durch eine verantwortungsvolle Datenethik begleitet werden sollte.

c. Circularity: Zwischen Vision und Realität

Aller Anfang ist schwer. Strukturen innerhalb eines Unternehmens hin zu einem kreislauffähigeren Modell zu verändern, erfordert Investitionen. Eine finanzielle Unterstützung seitens der EU kann hier ein echter Gamechanger sein. Denn momentan scheint das Konzept der Kreislaufwirtschaft mit der bestehenden Marktlogik noch nicht ganz kompatibel zu sein: Während Zirkularität langfristige Investitionen verlangt, sind Märkte häufig auf kurzfristige Rentabilität ausgerichtet. Viele der interviewten Unternehmen zeigen Bereitschaft, doch hohe Investitionen, bestehende Vertriebsmodelle und wirtschaftliche Zwänge erschweren die Umsetzung.

Rücknahmesysteme aufzubauen, zu verwalten und langfristig zu tragen, sollte finanziell jedoch belohnt werden. Denn es braucht Kapital, bis ein solches Modell reift und wirtschaftlich attraktiv werden kann. Es braucht Überzeugung, Zuversicht und Ausdauer seitens der Unternehmensleitung – Rückendeckung sozusagen. Von CEOs, aber auch von anderen Entscheidungsträger:innen innerhalb eines Unternehmens. Wie kann Design hier konkret einen Beitrag leisten? Etwa, indem neue Anreize geschaffen werden, Produkte länger zu nutzen, oder indem neue Serviceangebote ermöglicht werden. Design wird besonders dort relevant, wo Produkte von Anfang an technisch reparierbar konzipiert werden oder wo eine stärkere Beziehung zwischen Nutzer:innen und Produkt entstehen soll. Vieles davon ist längst bekannt und meine Recherche hat dies, leicht ernüchternd, noch einmal bestätigt.

Auf politischer Ebene erscheint es illusorisch zu glauben, dass künftig jede denkbare Produkthanforderung in den Delegierten Rechtsakten verankert sein wird. Vielmehr wird die Realität vermutlich deutlich selektiver ausfallen, und nur gewisse Produktgruppen – oder einzelne Kategorien innerhalb dieser – stärker betreffen. So scheint es zumindest momentan.

Dies relativiert den Hype rund um den DPP deutlich und macht das Instrument zunächst zu etwas, das Schritt für Schritt aufgebaut werden wird – weniger als unmittelbare «Revolution», sondern vielmehr als pragmatische Entwicklung. Und dennoch könnte gerade darin seine eigentliche Stärke liegen: eine neue Beziehung zwischen Hersteller:innen und Nutzer:innen überhaupt erst zu ermöglichen.

d. Zwischen Norm und Ausdruck

Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft setzt voraus, dass Regeln für alle gleichermassen gelten. Damit also zirkuläre Systeme tatsächlich funktionieren können, braucht es Regulierungen. Sie können Nachhaltigkeit fördern und gewisse Standards schaffen, die Orientierung bieten. Doch genau darin liegt die Ambivalenz.

Bezüglich der Befürchtung, eine stärkere Standardisierung des Designs könnte eine Folge dieser Entwicklung sein, halte ich dieses Szenario durchaus für realistisch. Sicher nicht in allen Bereichen, aber gerade bei komplexeren Produkten mit vielen Einzelteilen, die zugleich kreislauffähig und wirtschaftlich funktionieren sollen, erscheint mir eine gewisse Vereinheitlichung als logische Konsequenz. Da Systeme zunehmend auf Effizienz

und letztlich auf Wirtschaftlichkeit ausgerichtet sind, liegt es nahe, dass sich viele Komponenten standardisieren, um Produktionsprozesse zu vereinfachen – und somit auch die Wiederaufbereitung und Reparatur zu erleichtern. Zusätzlich könnten geforderte Zertifizierungen durch standardisierte Komponenten schneller und einfacher erfolgen – ein Umstand, der diese Entwicklung weiter begünstigen könnte. Das zeigt sich etwa am Beispiel von Ahrend, wo beide Designer auf Grundlage eigener Erfahrungen der Meinung sind, dass Standards und Normen zwar für Sicherheit und Vergleichbarkeit wichtig sind, gleichzeitig jedoch Innovation einschränken können.

Noch weiter gedacht – und genau hier liegt für mich das eigentlich Spannende – stellt sich die Frage, was sich daraus möglicherweise neu entwickeln könnte. Denn Standards haben in vielen Fällen nicht nur eingeschränkt, sondern auch gemeinsame Systeme geschaffen, die Kompatibilität verbessert und damit neue Möglichkeiten eröffnet. Die Frage ist für mich daher weniger, ob Standardisierung grundsätzlich problematisch ist, sondern vielmehr: Wo liegt das richtige Gleichgewicht? Und welche neuen Formen könnten gerade aus dieser Ambivalenz entstehen?

Gerade hierin zeigt sich jedoch auch eine zentrale Spannung: So viel Potenzial neue Systeme eröffnen mögen – am Ende werden Unternehmen meist wirtschaftlich entscheiden. Genau deshalb greift ein Verständnis von Design als bloße Formgebung zu kurz. Gestaltung ist immer auch in wirtschaftliche Logiken eingebettet und entfaltet dadurch gesellschaftliche Wirkungen. Mit anderen Worten: Design trägt auch Verantwortung.

e. Die Rolle von Designer:innen in der Politik

Manche von uns sind vielleicht so etwas wie Design-Aktivist:innen. Wir wollen nachhaltige Veränderung. Wir wollen selbst etwas bewegen. Wir wollen mitreden – weil wir glauben, eine andere Perspektive einzubringen, Probleme anders anzugehen und kreative Lösungsansätze zu entwickeln. Wir sind Problemlöser:innen.

Das klingt fast wie ein Werbeversprechen. Und ja – ich möchte hier bewusst ein wenig provozieren.

Ich kenne Kolleg:innen, die sich stärker politisch engagieren möchten, weil sie das Bedürfnis danach verspüren. Auch ich mische mich mit dieser Arbeit in politische Themen ein. Trotzdem lässt sich eine Tatsache kaum verneinen: Wenn in der Politik Probleme gelöst werden müssen, denken die wenigsten zuerst an Designer:innen.

Einer der überraschendsten Momente dieser Recherche war für mich die Aussage, dass die Politik bereits voller Menschen sei, die Probleme lösen möchten. Wenn Designer:innen in die Politik gehen, dann vielleicht eher, weil sie es wollen – und nicht unbedingt, weil die Politik sie aktiv braucht. Und dennoch: Dieses Engagement ist nötig. In vielen Fällen sucht Design die Politik nicht einmal direkt – und trotzdem wird sie indirekt von Design beeinflusst: durch Co-Kreation, im Service Design oder selbst in der Gestaltung öffentlicher Räume kann man politische Dimensionen erkennen. Die Vorstellung aber, dass die Politik auf die Designer:innen gewartet hat, ist jedoch vermutlich naiv.

f. Etwas verschiebt sich

Die Interviews und Diskussionen zeigen an manchen Stellen, wie Design auf gewisse Weise, «romantisiert» wird. In diesem Beruf ist man so tief drin, dass man über reine Formgebung hinausgehen möchte. Denn wenn man sich ernsthaft Gedanken macht, scheint es fast unausweichlich, sich auch mit strategischen, systemischen, kulturellen sowie gesellschaftlichen Herausforderungen auseinanderzusetzen und darüber hinausgehen zu wollen. Ja, die Welt verändern und besser machen zu wollen.

Und das ist gut so. Das brauchen wir. Das sollte sich nicht ändern. Designer:innen wollen nicht nur gestalten – sie wollen sehen, dass Gestaltung etwas bewirkt.

Die Gespräche zeigen jedoch auch, dass nachhaltige Gestaltung nicht an Willen mangelt, sondern an unterschiedlichen Logiken. Während Designer:innen von kultureller Identität und emotionaler Bindung sprechen, sprechen Produzent:innen von marktorientierter Gestaltung und Wirtschaftlichkeit. Ein Widerspruch, der sich nicht auflösen lässt, weil beide Perspektiven ihre Berechtigung haben.

Vieles von dem, was gesagt wurde, ist nachvollziehbar und in sich schlüssig. Gerade diese Spannungen lassen mich fragen, wo Gestaltung innerhalb solcher Transformationsprozesse künftig verortet ist. Klar, wir Gestalter:innen müssen verstehen, welche Auswirkungen Prozesse und Produkte auf die Umwelt verursachen. Wenn aber Anforderungen wie Reparierbarkeit, Materialtrennung oder digitale Produktpässe zunehmend technisch, regulatorisch und datenbasiert definiert werden, scheint

die zentrale Innovation eher aus Konstruktion, Ingenieurwesen und Produktentwicklung zu entstehen als aus dem klassischen Entwurfsprozess. Gestaltung bleibt natürlich relevant, doch ich frage mich, ob sie in Zukunft noch eine treibende Rolle spielen wird – oder ob Designer:innen letztlich vor allem dafür zuständig sein werden, Bedürfnisse in den Fokus zu legen und technischen Lösungen eine ästhetische Form zu geben...? Ist meine Sicht als Designerin durch diese Blase vielleicht so eingeschränkt, dass ich glaube, wir müssten in Zukunft strategischer entwerfen, um nachhaltigere und dadurch bessere Produkte zu kreieren?

Unabhängig davon, ob der Ursprung des zirkulären Denkens im kreativen Entwurf oder in technischen, regulatorischen oder systemischen Prozessen liegt – die Zusammenarbeit ist zentral. Denn ich frage mich, ob solche Veränderungen künftig nicht ohnehin stärker von äusseren Rahmenbedingungen angestossen werden – gerade etwa durch Regulierungen wie die ESPR oder den DPP. Sie sind vielleicht so etwas wie ein entstehender Konsens zwischen Design, Industrie und Politik. Und natürlich treten dabei zahlreiche Hürden und Herausforderungen zutage. Angenommen werden sie jedoch deshalb, weil darin auch grosse – wenn auch noch nicht ganz greifbare – Chancen liegen. Doch Produkte sind das eine, ihre Einbettung in ein kreislauffähiges System das andere. Designer:innen könnten dadurch zunehmend eine hybride Rolle einnehmen – sofern dies nicht bereits geschieht.

Das Konzept der Kreislaufwirtschaft basiert auf Strategien und Systemen. Deshalb erscheint mir eine Verschiebung in der Denkweise von Designer:innen beinahe unausweichlich. Wie

Dinge gedacht werden, wie Ideen entstehen und wie Bedürfnisse analysiert werden – all das wird zunehmend von der Tatsache geprägt sein, dass der Planet Grenzen hat und Ressourcen bewusster eingesetzt werden müssen.

Und dennoch bleibt eine Kompetenz bestehen, die sich kaum technisch ersetzen lässt: die Fähigkeit, Beziehungen zwischen Menschen und Dingen zu schaffen. Produkte halten oft nicht nur lange, weil sie reparierbar sind. Sie halten lange, weil die Menschen sie pflegen und emotional schätzen. Vielleicht liegt gerade darin weiterhin eine der wichtigsten Aufgaben von Gestaltung und zugleich eines ihrer schwierigsten Ziele: etwas zu entwerfen, das Menschen wirklich schätzen.

Vielleicht verschiebt sich die Rolle tatsächlich: vom Formgeber hin zum Vermittler und Systemdenker. Momentan können wir uns diesen Hut noch so lange aufsetzen – wenn diese Rolle für andere Akteure in der Wirtschaft unsichtbar bleibt, gleichen wir vielleicht den Webern in «Des Kaisers neue Kleider», nur mit dem Unterschied, dass wir den Stoff tatsächlich sehen – die anderen aber noch nicht.

Den Zugang zur grafischen Taxonomie der Produkthanforderungen der Ecodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte (ESPR) als A2-Poster finden Sie hier:



Diese grossartige Recherche wurde Dank der Unterstützung von Pro Helvetia möglich.

schweizer kulturstiftung
prohelvetia

Ein ebenso grosses Danke geht an meinen Mann Peter, für seine unfassbar tolle und wertvolle Hilfe.

Danke!!! 



Matthias Hahn



Emily Best



Robert Wilm & Christian Erpenbeck



Marck Haans & Kees de Boer

Ebenfalls ein grosses Dankeschön an Leo Lübcke und Thomas Ebert, die leider nicht photographisch verewigt wurden...

5. Quellen und Literaturverzeichnis

1. Postfossil, www.postfossil.ch
2. Ecodesign For Sustainable Products Regulation (ESPR), <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1781/oj/eng>
3. Der digitale Produktpass (DPP), <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1781/oj/eng>
4. Der europäische Grüne Deal, https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_de
5. Ecodesign for Sustainable Products Regulation: Study on new product priorities, Joint Research Centre (JRC),
6. Ecodesign for Sustainable Products Regulation: Study on new product priorities, Joint Research Centre (JRC), S. 206
7. <https://espr.eu/ecolabel-furniture.eu/>
8. <https://ecostandard.org/wp-content/uploads/2025/02/D2.1-Report-on-synergies-for-horizontal-policy-developments.pdf>
9. EU Deforestation Regulation (EUDR), https://environment.ec.europa.eu/topics/forests/deforestation/regulation-deforestation-free-products_en
10. DG CONNECT, https://commission.europa.eu/about/departments-and-executive-agencies/communications-networks-content-and-technology_en
11. Energie-Datenbank EPREL, <https://eprel.ec.europa.eu/screen/home>
12. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>
13. CSIL (Furniture retailing in Europe 2024 report); <https://www.csilmilano.com/european-furniture-market/>

Christine Birkhoven
Dipl. Industrial Designerin

Baurstrasse 2
8008 Zürich

+41 77 427 16 67
hello@christine-birkhoven.com

