

Trends als Treiber — Die Zukunft des Luxus

Trendvermittlung

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Trends & Identity > 3. Semester

Nummer und Typ	BDE-VSD-V-3300-03.19H.001 / Moduldurchführung
Modul	NN (Trends als Treiber)
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Judith Mair
ECTS	3 Credits
Zielgruppen	Pflichtmodul für Trends & Identity, 3. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - anwendungsorientiertes Verständnis von Trendforschung , d.h. Nutzen von Trends in Hinblick auf konkrete Fragestellungen und Entwicklungen - Entziffern von Weak-Signals und herausfiltern von relevanten Micro- und Macrotrends - Visual Spell: Dekodieren und Sichtbarmachen der spezifischen Ästhetiken eines Trends - Trends-Transfer: Gestalterische Übersetzung eines Trends in konkrete Konzepte mit dem Schwerpunkt Naming und Text
Inhalte	<p>Kreative, strategische und kommunikative Sicht- und Nutzbarmachung konkreter Trends, die zukünftige Formen des Luxus definieren werden</p> <p>Fragestellungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ist Luxus überhaupt noch zeitgemäss? • Wie definieren Wohlstandsgesellschaften – in denen alles im Überfluss vorhanden ist – heute Luxus? • Was bedeutet Luxus in post-materiellen Gesellschaften? • Worin und wodurch wird Luxus heute sichtbar? • Was sind zukünftige Statussymbole, Privilegien und Eliten? • Welche moralischen Werte und Verpflichtungen sind vor dem Hintergrund zunehmender globalen Ungleichheit mit Luxus verbunden? • Welche konkreten kreativen Strategien eines progressiven, zukunftsfähigen Luxus lassen sich erkennen – und entwickeln? • Wie müssen – fiktive, spekulative – Produkte und Angebote gestaltet werden, um auf das veränderte Luxusverständnis konstruktiv, kreativ und kritisch zu reagieren?
Bibliographie / Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Raymond, Martin: Trend Forecasters Handbook, 2010 • Dunne, Anthony & Raby, Fiona: Speculative Everything -Design, Fiction & Social Dreaming, 2013 • W.I.R.E.: Der Schein des Neuen – Thesen zum Mythos Innovation, 2013 • Wagner, Frank: The Value of Design – Wirkung und Wert von Design im 21. Jahrhundert, 2015 • Gladwell, Malcom: Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können, 2002 • Thomas, Dana: Deluxe - How Luxury Lost Its Luster, 2008 • Veblen, Thorstein: The Theory Of The Leisure Class. An Economic Study of the Evolution of Institutions, 1899 • Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, 1987 • Rifkin, Jeremy: Access. Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger

besitzen und mehr ausgeben werden, 2007

- Bowles, Nellie: Human Contact Is Now a Luxury Good, New York Times, 23. Mai 2019
- Bastani, Aaron: Fully Automated Luxury Communism: A Manifesto, 2019
- Mason, Paul PostCapitalism: A Guide to Our Future Paperback, 2016

Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit
Termine	06.01.20 – 17.01.20 (ohne 10.01.)
Dauer	2 Wochen
Bewertungsform	Noten von A - F
Bemerkung	»The future is here, it's just not very well distributed« William Gibson (science fiction writer)