

Autodesk MAGAZIN

n°16

April 2009

Königlicher Pistenspaß mit der Royal Family > 04 / Schön und gut > 06
Architektur ist Vergessen > 16 / Der Mensch steht im Mittelpunkt > 18
Der Schatz im Perlenbach > 22 / Zum Leben erweckt > 34

Schön und gut



Abb. klein o.: Konstantin Grcic, der Designer des „Myto“-Stuhls (siehe auch Abbildung links).

Abb. klein u.: Karim Rashid, vielprämiertes Designer für Produkte, Interieurs und Fashion.

Große Abb. rechts: Originelles Verpackungsdesign für Spülmittel von Karim Rashid.



Vorbei sind die Zeiten, in denen Design ein verzichtbarer Luxus war. Heute hängen die meisten Kaufentscheidungen vom ansprechenden Erscheinungsbild eines Produktes ab. Das gilt für Notebooks, Autos, Skier oder Handys – aber auch für Spülmittel oder Industriemaschinen. Warum das so ist? Ein Erklärungsversuch.

Manche nennen ihn den „Versace der Computer“, andere „einen Querdenker“. Sicher ist, dass in einer Zeit, als alle anderen Computerhersteller graue, klobige Blechkisten als PCs anboten, Apple-Chefdesigner Jonathan Ive den flippigen iMac präsentierte: farbiges Plastikgehäuse, knuddelige Rundungen. Das war vor zehn Jahren. Ein gewagtes Unterfangen – denn Apple war finanziell angeschlagen. Die Rechnung ging auf. Der Marktanteil sprang von drei auf heute zehn Prozent. Das Unternehmen florierte. Es folgten mit Riesenerfolg der iPod und das iPhone. Erfolg durch Design. Davon kann auch der Sportartikelhersteller Puma ein Lied singen: Seit Jochen Zeitz 1993 Vorstandschef des kränkelnden Unternehmens wurde, setzt Puma auf Lifestyle und avantgardistisches Design. Heute ist das Unternehmen Branchenführer mit Nike und Adidas.

Design als entscheidender Erfolgsfaktor? Eine Umfrage des British Design Councils bestätigt die Vermutung: Mit einer Investition in Design von drei bis fünf Prozent der Gesamtentwicklungskosten verzeichnen über 70 Prozent der Unternehmen einen Anstieg in Wettbewerbsfähigkeit und Geschäftsumsatz. Eine schwedische Designleitungsstudie ermittelte, dass schwedische Unternehmen, die Design bewusst strategisch einsetzen, ein jährliches Umsatzplus von neun Prozent verzeichnen. Warum das so ist? „Die Gründe für die wachsende Bedeutung von Design haben ihren Ursprung in der Globalisierung der Märkte“, behauptet Peter Zec, Vorstand des Design Zentrums Nordrhein-Westfalen in Essen und Initiator des „red dot design award“. Und Andrej Kupetz, Geschäftsführer des Rats für Formgebung, bestätigt: „In den USA und in Europa geht es nicht mehr um industrielle Massenproduktion. Es handelt sich vielmehr um segmentierte Märkte, in denen sich alles um Differenzierung dreht. Und die kann man nur über gutes Design erreichen.“ Ein Vorteil für Designer, meint er: Sie können heute künstlerischer und kreativer arbeiten. Das gilt für die unterschiedlichsten Branchen: vom Autobau über die Baubranche bis hin zu Industrieprodukten wie Brillen oder sogar Spülmittel.

Mehr zu Andrej Kupetz und ein Interview mit ihm finden Sie online im Autodesk Magazin Portal.

Museumsreifes Spüli

Kurios und bezeichnend für diesen Trend ist die Erfolgsstory der Amerikaner Eric Ryan und Adam Lowry. Warum, fragten die beiden sich, sind Alltagsgegenstände wie Spülmittel so „unsexy“? Das muss nicht sein. Also engagierten sie den berühmten Designer Karim Rashid, der unter anderem für Prada entwirft, und entwickelten Reinigungsprodukte, deren Verpackung so witzig und ästhetisch ist, dass sie die Kunden stolz auf der Spüle stehen lassen, anstatt sie darunter zu verstecken. Heute macht ihr Unternehmen namens Method zehn Millionen Dollar Umsatz und steht in direkter Konkurrenz zu Marktriesen wie Procter & Gamble. Das Beste: Die zwei Jungunternehmer beweisen, dass schön auch gut sein kann. Ihre Verpackungen sind recycelbar und deren Inhalt – natürlich – biologisch abbaubar.

Nachhaltigkeit ist eines der führenden Themen für die kommenden Jahre. Und das stellt eine Herausforderung für Architekten und Designer dar. Die schon Früchte zeigt. Energiesparhäuser oder Passivhäuser sind keine Neuigkeit mehr. Aber sie dringen in Zeiten von steigenden Energiekosten und lauernder Rezession immer mehr ins Bewusstsein der Konsumenten. Vor Jahren noch undenkbar: Mitten in der Münchener City stand bis zum 15. April ein Vorzeigexemplar eines Sparhauses – das Plus-Energie-Haus. Von einer Gruppe Architekturstudenten der TU



Abb.: Rendering einer Armbanduhr (mit freundlicher Genehmigung von Ulysse Nardin SA)

Darmstadt entworfen, gibt es mehr Energie ab, als es verbraucht. Und es ist mit seiner linearen, japanisch anmutenden Form schön anzusehen. In der heftig gebeutelten Autoindustrie wird der Ruf nach nachhaltigem Design ebenfalls stark. „Die zentralen Werte, um die es hier geht“, mahnt Audi-Designchef Stefan Sielaff, „sind Leichtbau und Aerodynamik.“ Zusammen mit der Forschung an Brennstoffzellenautos. Und das bedeutet beileibe keinen Verzicht auf Formschönheit. An der Hochschule Pforzheim, deren Fakultät für Gestaltung eine der renommiertesten Ausbildungsstätten für angehende Automobilhersteller ist, arbeitet man schon emsig und voller Tatendrang an der Gestaltung des Autos der Zukunft. Ein Elektroauto etwa kann völlig anders konzipiert sein als ein herkömmliches. Denn die technischen Komponenten lassen sich viel freier im Pkw-Körper verteilen. Und auch der Einsatz von Fotovoltaikzellen auf der Autokarosserie oder das Fahren mit Wasserstoff und Brennstoffzellenantrieb erfordert ein neues Design.

„Die Herausforderung für Designer heute ist die, dass sie sich zunehmend mit Marketingstrategien, komplexen Produktionsverfahren, neuen Technologien und modernen Computertools auskennen müssen – von CAD bis hin zum digitalen Prototypenbau“, so Kupetz. Dass Designer sich immer mehr mit neuen Techniken auseinandersetzen müssen, wird ihr Berufsbild zunehmend verändern. „Früher haben Designer den Ingenieur noch als Feind betrachtet. Heute ist das bereits in einer frühen Phase ein sehr konzentriertes Miteinander. Das wird sich noch verstärken“, meint Stefan Sielaff.

Die Geburtsstunde des Industriedesigns

Früher. Das ist gar nicht so lange her. Den Begriff „Industrial Design“ gibt es eigentlich erst seit den 1950er-Jahren. Bis dahin entwickelte sich das Berufsbild des Designers langsam und stetig aus seiner Rolle als Kunsthandwerker heraus. Die Ursprünge des Metiers liegen im 19. Jahrhundert und sind seither eng mit der Industrie und der Massenproduktion verknüpft. Die ersten Weltausstellungen 1851 in London, 1873 in Wien, 1876 in Philadelphia und 1889 in Paris waren nicht nur die ersten „Welt-Produkt-Messen“, die den Beginn der industriellen Serienfertigung markierten. Mit ihnen traten erstmalig auch die Tätigkeiten von Designern in das Licht der allgemeinen Öffentlichkeit. Neben entwerfenden Tätigkeiten stand auch damals bereits die Materialrecherche im Zentrum der Designarbeit. Schon auf der Weltausstellung 1851 wurde der erste Bugholzstuhl der Gebrüder Thonet einer breiten Weltöffentlichkeit vorgestellt. Das innovative Verfahren, in Wasserdampf erhitztes Holz zu verformen, wurde Grundlage eines bis in die Gegenwart anhaltenden Welterfolgs.

Prägend für das deutsche Design war sicherlich in den 20er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts die Bauhaus-Bewegung in Dessau rund um Walter Gropius. Neben der Auseinandersetzung mit der Architektur richteten die Planer ihr Interesse auf die Entwicklung von Wohngegenständen: Möbel, Küchen, Geschirr, Gläser, Heimtextilien. Klar, dass sich daraus auch technologische Fragen ergaben: Neue Konstruktions- und Produktionsmethoden waren schon damals Motor innovativer Produkte,

bei denen die Funktion im Vordergrund stand. In dieser Zeit entwickelten sich Stahlrohrmöbel.

Der Begriff „Industrial Design“ heutiger Prägung kam jedoch erst deutlich später auf. Er wird dem holländischen Architekten und Designer Mart Stam zugeschrieben, der ihn 1948 zum ersten Mal verwendet haben soll. Mart Stam setzte den Begriff „Industrial Design“ für Entwurfsarbeiten jeglicher Art in der industriellen Fertigung ein. Dabei ist der Designer nicht Gestalter von Unikaten, sondern von Produkten, die in einer seriellen Massenproduktion hergestellt werden.

Ein Beruf zwischen Kunst und Technik

Fragt man heute Otto Normalverbraucher, welches Land ihm bei dem Wort „Design“ einfällt, wird man unweigerlich „Italien“ oder „England“ als Antwort hören. Verblüffend ist allerdings, dass Deutschland im europäischen Vergleich eine sehr hohe Dichte an Designhochschulen aufweist: Es sind 32 – nur Großbritannien hat genauso viele. Allen voran die Hochschule für Gestaltung in Ulm, die bereits 1953 gegründet wurde. **Die wichtigsten Hochschulen für Gestaltung finden Sie online im Magazin Portal.**

Wobei im Vergleich zu 1953 das Designstudium eine Riesenentwicklung durchgemacht hat. Einerseits wird immer mehr mit Computertechnologien gearbeitet, andererseits öffnet sich das Design ganz neuen Kategorien. Denn „design“ werden heute nicht mehr ausschließlich Konsumprodukte, erklärt Andrej Kupetz. „Auch im Maschinen- und Anlagenbau ist die Gestaltung



Abb.: Rendering eines Konzeptautos der Paulin Motor Company

immer wichtiger – ich denke da an die Heidelberger Druckmaschinen, die letztes Jahr für ihre Produkte gleich drei Designpreise erhalten haben“, meint Andrej Kupetz. Und unterstreicht, wie wichtig heute auch Disziplinen wie Service-Design und Interface-Design sind. Leiter von Bankfilialen und Behörden stellen sich heute die Fragen: Wie gestaltet man die Interaktion zwischen Kunde und Berater räumlich? Wie designt man eine Filiale benutzerfreundlich? Wie entwirft man die Benutzeroberfläche eines Geldautomaten, sodass er intuitiv zu bedienen ist?

Form follows Material

Und wie sieht die Zukunft aus? „Ein ganz großes Thema wird die Materialforschung sein“, da ist sich Andrej Kupetz sicher. „Das bedeutet vor allem die Suche nach neuen Kunststoffen, Faserverbundstoffen und Composites. Dabei wird die Industrie Kunststoffe so zu entwerfen versuchen, dass sie langlebig sind und man sie umweltgerecht entsorgen kann.“ Tatsächlich entwickeln sich schon heute immer mehr Partnerschaften zwischen Herstellern, Designern und Materialproduzenten. Wie etwa BASF. Das Ergebnis? Der Freischwingerstuhl „Myto“ zum Beispiel. Er wurde 2007 von dem bekannten Designer Konstantin Grcic entworfen. Das Sitzmöbel besteht vollständig aus dem neuen Spritzgusskunststoff Ultradur® High Speed von BASF. **Mehr zum Designerstuhl „Myto“ erfahren Sie online im Autodesk Magazin Portal.**

Das Besondere an Ultradur® High Speed: Im geschmolzenen Zustand fließt es doppelt so weit wie herkömmlicher Kunststoff. Das macht

die Herstellung von Bauteilen sowohl kostengünstiger als auch energieeffizienter. Ein weiterer Trend? Der zur Individualisierung. Dank rapid prototyping, dem Verfahren, nach dem ein Produkt durch frei im Raum materialisierende Punkte schichtenweise aufgebaut wird.

Die Fertigung erfolgt vollautomatisch aus computergenerierten CAD-Daten. Das bedeutet eine nahezu grenzenlose Formfreiheit. Wird bald jeder sein eigener Designer sein? Wohl kaum, meint Kupetz. „Im Menschen agieren immer zwei gegensätzliche Impulse: der zur Individualisierung und der zur Sozialisierung. Man will ja schließlich ‚dazugehören‘. Und das erreicht man durch den Kauf von Markenartikeln, die einen Status versprechen.“ Beim Sneaker werden wohl Schuhsohle oder Farbe ganz dem Geschmack des Einzelnen angepasst sein. Aber es wird immer noch ein Sneaker von Converse, Adidas, Puma oder Nike sein. Ein Glück für alle Designer von morgen und übermorgen!

➤ Mehr Informationen unter www.autodeskmagazin.de/titel



Gewinnspiel:

Zwei Freischwinger „Myto“ von Konstantin Grcic und zehn Designbücher zu gewinnen!

Beantworten Sie dafür einfach unsere Quizfragen im **Autodesk Magazin Portal**. Viel Glück!



