

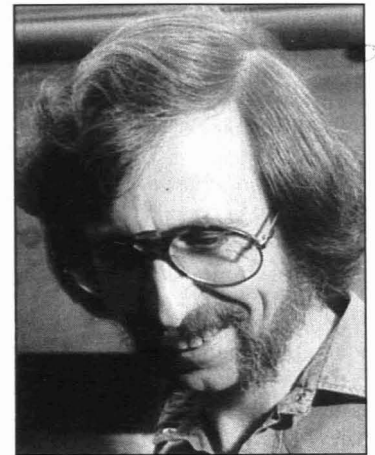


Design in den 90er Jahren

Bestandsaufnahme und Ausblick

Gerhard HEUFLER, Dipl.-Ing., Jahrgang 1944, Architekturstudium TU Graz, Industriepraxis in der BRD, Assistententätigkeit, seit 1975 freiberuflicher Industrie-Designer in Graz, Schwerpunkt: technikorientierte Produkte. Univ.Lektor für »Produktgestaltung« sowie »Design und Ergonomie elektronischer Geräte« an der TU Graz, Lehrbeauftragter für »Design und Designanalyse« an der Kunsthochschule Mozarteum Salzburg, Autor des Buches »Produkt-Design ... von der Idee zur Serienreife« (Veritas Linz, 1987), zahlreiche Auszeichnungen, u.a. zwei österreichische Staatspreise für Design.

In Japan war das vergangene Jahr von der Regierung zum Jahr des Design bestimmt worden. In den USA erlebt das Designverständnis in der Wirtschaft eine wahre Renaissance. Das Deutsche Architekturmuseum in Frankfurt widmet dem Thema »Design heute« eine vielbeachtete Ausstellung, Untertitel: Formgebung zwischen Industrie und Kunst-Stück. Die internationale Design-Szene ist in Bewegung geraten. Wohin führt der Weg und welche Konsequenzen lassen sich für Österreich ableiten?



Ein Blick auf das Design-Geschehen wirkt zur Zeit ziemlich verwirrend: Neues deutsches Design kämpft gegen die sogenannte »gute Form«, lustbetontes Memphis Design widerspricht jeder Ergonomie, Design ist für die einen lediglich ein Marketingfaktor, für die anderen Kunst.

Wie kam es zu dieser Entwicklung?

Um das zu erklären, sei ein kurzer, stichprobenartiger Exkurs in die Geschichte des Industrie-Design gestattet.

Dampfmaschinen wie griechische Tempel

Um die Mitte des vorigen Jahrhunderts begannen die ersten Gestaltungsversuche an industriell hergestellten Produkten. Angelehnt an den damaligen Formenkanon der Architektur wurden die Produkte mit historisierenden Elementen dekoriert. Es gab Dampfmaschinen im klassizistischen Stil ebenso wie mit neogotischem Aussehen, »neue« Barockmöbel genauso wie Graviermaschinen im Rokokogehäuse. Die neue Technik hatte noch nicht zu den ihr adequaten Formen gefunden - es blieb bei oberflächlichem Dekor.

Die Form folgt der Funktion

In den 20er Jahren begann sich eine neue Denkweise im Design durchzusetzen: der Funktionalismus. Diese Bewegung - auch Neue Sachlichkeit genannt - ist als Reaktion auf den schwulstigen Historismus zu sehen und wurde vor allem durch den holländischen bzw. russischen Konstruktivismus am deutschen Bauhaus

initiiert. Die neue Parole lautete, daß die Form aus der Funktion abgeleitet werden muß (nach Sullivan), wobei vor allem gebrauchstechnische und produktionstechnische Funktionen gemeint waren. Musterbeispiel ist der bekannte Freischwinger von Mart Stam, der die neue Stahlrohrtechnologie in eine zeitgemäße Form umsetzte.

Die Verwissenschaftlichung des Design

In den 50er Jahren verstärkte sich der Einfluß der Wissenschaften. Methodische Vorgangsweisen und Systemdenken bestimmten immer mehr die Arbeiten der Designer. Neue Zweige wie z.B. die Ergonomie wurden in die Lehrpläne der Design- Ausbildungsstätten aufgenommen. Allen voran die Hochschule für Gestaltung in Ulm, in deren Wirkungsbereich das heute schon legendäre Braun-Design entstand.

Der Designprozeß wurde in der Folge immer rationaler, kalkulierter und man verstieg sich sogar zu der Behauptung, daß Design meßbar sei.

Die Funktionalismuskritik setzt ein

In der Produktumwelt führte dieses allzu rational betonte Design zu einer immer größer werdenden Uniformität, zu einer Einfalt der Formen. Diese Entwicklung wurde durch die Zunahme elektronischer Geräte noch verstärkt: Die Einfallslosigkeit der meisten Hersteller mündete im rationell zu produzierenden Schachteldesign, in nichtssagenden Produkthülsen.

Damit wurde aber in den 60er Jahren

die Kritik an diesem abgeplatteten Funktionalismus laut, was zu hitzigen Diskussionen - eingebettet in die gesellschaftskritische Argumentation der 68er Jahre - führte.

Der Memphis Schock

Nach der langen theoretischen Auseinandersetzung für und wider dem Funktionalismus kamen zu Beginn der 80er Jahre die ersten konkreten Antworten aus Italien: Die Designergruppe Memphis um Ettore Sottsass schockte die eingefleischten Funktionalisten mit farbensprühendem, phantasievollem Design, meist in Form von Möbeln, Vasen und Geschirr. Alle Rationalität, inklusive der Ergonomie wurde über Bord geworfen, allein das Gefühl, die Sinnlichkeit dominierte. Die Diskussionen entbrannten aufs Neue und führten zu einer extremen Polarisierung. Lockeres Memphis Design auf der einen Seite, strenger Funktionalismus auf der anderen. Tatsache ist, daß mit Memphis ein neues Avantgarde-Schlagwort geprägt worden ist, das zudem als auslösendes Moment für neue Denkansätze im Design gelten kann.

Der Pluralismus der 80er Jahre

Neben dem immer noch dominierenden funktional betonten Design erfährt das sogenannte Avantgarde-Design in verschiedenster Form große - vor allem mediale - Beachtung. Das »Neue Deutsche Design« z.B. setzt auf individuelle Möbel-Kunst, die Postmoderne bringt aus der Architektur abgeleitet, verfremdete, historische Elemente; der Minimalismus hingegen

reduziert - als Reaktion auf die Gestaltvielfalt von Memphis - Formen und Farben auf ein kühles Minimum, High-Tech führt technische Details und Materialien zu einer neuen Ästhetik.

Man erkennt deutlich, daß Aktionen auf darauf folgende Reaktionen zu einer Vielfalt an Designströmungen geführt haben, die in der Fachwelt zur Ideologisierung, in der Öffentlichkeit aber zur Verunsicherung geführt haben.

Trend: Zwei Hauptströmungen im Design

Diese stark vereinfacht dargestellte Entwicklung der Denkweisen im Produkt-Design läßt für die 90er Jahre zwei Hauptströmungen erwarten:

Erstens ein ästhetisches Objekt-Design, das Individualität und Phantasie gegenüber der praktischen Funktion in den Vordergrund stellt. Anwendungsgebiete sind z.B. der Wohn- und Freizeitbereich sowie der Modesektor.

Zweitens ein funktionelles Industrie-Design, wobei die Funktionen in einem erweiterten Sinn zu sehen sind bis hin zu symbolischen bzw. sozialen Funktionen. Anwendungsgebiete sind z.B. die gesamte Arbeitswelt, der Investitionsgütersektor sowie der öffentliche Bereich, Verkehrsmittel u.ä.

Wichtig wäre, daß diese beiden Hauptströmungen nicht gegeneinander agieren, da beide ihre Existenzberechtigung besitzen. Ziel sollte vielmehr sein, daß beide Richtungen miteinander in einen konstruktiven Dialog treten, um sich gegenseitig anzuregen.

Im Spannungsfeld zwischen diesen beiden Polen könnte eine ganzheitliche Produktqualität entstehen, die das Gefühl gleichermaßen anspricht wie den Verstand.

Neue Chancen durch Mikroelektronik

Die Entwicklung des Mikroprozessors hat nicht nur unsere Informationssysteme revolutioniert, sondern sorgt auch im Design für völlig neue Perspektiven. Charakteristisch ist der Trend zu immer größerer Leistungsfähigkeit bei immer geringer werdenden Abmessungen. Was früher ein plumpes Tischgerät war ist heute auf Scheckkartengröße geschrumpft. Diese Miniaturisierung kommt einer Entmaterialisierung schon sehr nahe. Ein

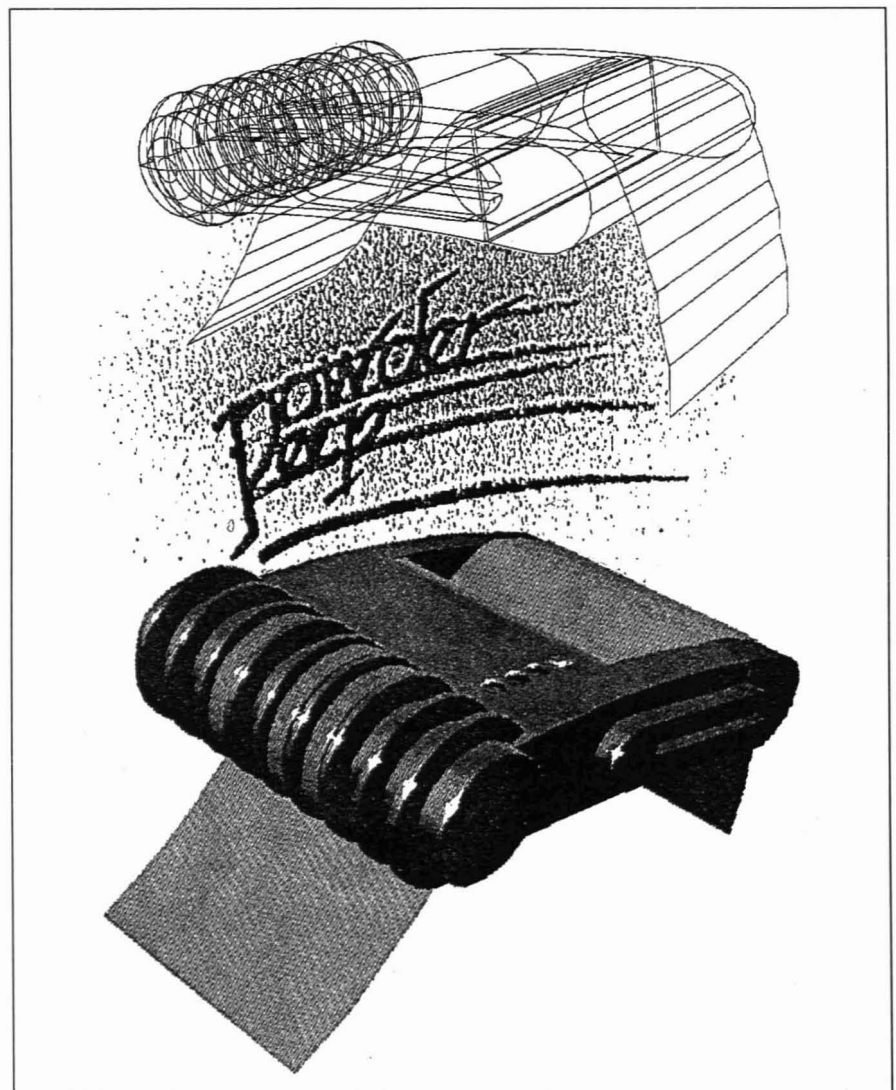
weiteres Novum ist der sogenannte »black box« Effekt, was heißt, daß wir die komplexen Funktionsabläufe nicht mehr nachvollziehen können. Die Form hat sich vom Inhalt gelöst!

Könnte man bei mechanisch bestimmten Produkte wie z.B. einer Schere noch sagen »Die Form folge der Funktion«, so hat dieser klassische Leitsatz bei elektronischen Produktion wie z.B. einem Meßgerät keine Gültigkeit mehr.

Jetzt muß es heißen »Die Form erklärt die Funktion«, womit der semantische Aspekt, also die Zeichenhaftigkeit eines Produktes eine neue Dimension erhält. Welche Bedeutungen vermittelt die Produktgestalt dem Benutzer? Präzision, Hochwertigkeit oder Prestige? Dynamik oder Komfort? Das sind Aspekte einer aussagekräftigen Produktsprache, die zu beherrschen immer zukunftsreicher wird. Die

Miniaturisierung der elektronischen Bauelemente erleichtert dem Designer die Umsetzung solcher Ideen, ja sie eröffnet ihm Freiheitsgrade in der Gestaltung, die bisher unbekannt waren.

Aber nicht nur die Hardware bedarf einer neuen Betrachtungsweise, sondern auch die Software. Im Gegensatz zum materiellen Schrumpfungsprozeß der Hardware nimmt das geistige Volumen der Software immer mehr zu und bestimmt Bedienung wie Funktion eines Gerätes immer mehr. Wie umständlich ist aber heute noch die Bedienung eines Computers für einen Laien! Der Zugang zu elektronischen Geräten muß dem Menschen angepaßt werden und nicht umgekehrt. Hier liegen wichtige Aufgaben für ein neu zu erarbeitendes Software-Design vor uns.



Design für die 90er Jahre: Ortungssender für Tiefschneefahrer mit funktionaler wie symbolischer Produktsprache.

(Design: Gerhard Heufler mit Mario Gagliardi + Peter Javurek für Puls Elektronik+Atronic)



Umdenken durch neue Produktionstechnologien

Die Kombination von CAD und CAM, also computerunterstütztes Design/Konstruktion mit computerunterstützter Fertigung wird ebenfalls nicht ohne Folgen für das Design bleiben. Einerseits wird der Trend zu in großer Stückzahl gefertigten Globalprodukten bzw. Globalbausteinen gehen, andererseits werden aber individuelle Kleinserien wieder möglich und vor allem auch wirtschaftlich sein.

Heute schon können z.B. Sitzschalen aus schichtverleimten Holz mittels computergesteuertem Fräsautomaten zu jeder beliebigen Kontur geformt werden. Eckige, runde oder verspielte Formen - je nach Kundenwunsch. In Zukunft werden sogar komplette Kunststoffgehäuse mittels Lasertechnologie individuell machbar sein. Das Innenleben hingegen wird sich aus obigen, preiswerten Globalbausteinen, aus zugelieferten Technikelementen zusammensetzen.

Das bedeutet, daß wir dem Ziel, Produkte für den Menschen zu machen, ein Stück näher rücken werden. Es gilt jetzt mit voller Intensität auf die Bedürfnisse des Menschen zu reagieren. Wie aber werden diese Bedürfnisse in den 90er Jahren aussehen? Inwiefern wird sich unsere Gesellschaft verändern?

Auf vier Aspekte soll im folgenden näher eingegangen werden.

Von der Industriegesellschaft zur Informationsgesellschaft

War die Dampfmaschine jenes Produkt, das die industrielle Revolution erst möglich gemacht hat, so ist heute der Computer das Symbol der Entwicklung zur Informationsgesellschaft. Wir können inzwischen von einer regelrechten Informationsexplosion sprechen - aktuelle Schätzungen besagen, daß sich unser Wissen alle 6 Jahre verdoppelt!

Darin spiegelt sich die Tatsache, daß unsere Welt immer unüberschaubarer, die Zusammenhänge immer komplexer werden. In immer kürzerer Zeit müssen immer mehr Entscheidungen getroffen werden.

Das bedeutet für das Design z.B. im Bereich der Bürokommunikation Überschaubarkeit und leichte Bedienbarkeit der Geräte. Ziel darf nicht sture Automatisierung sein, sondern

Befreiung von Routinearbeiten, damit wieder mehr Spielraum für Eigeninitiative und Kreativität entstehen kann. Hier gewinnt der oben schon erwähnte Trend vom Hardware-Design zum Software-Design immer eine größere Bedeutung.

Steigendes Umweltbewußtsein

Ausgelöst durch Umweltkatastrophen wie Luftverschmutzung, Zerstörung des Lebens in Flüssen, Seen und Meer, sowie ausgelaugte, vergiftete Böden haben die Bevölkerung alarmiert und sensibel gemacht. Unter den Verursachern dieser Umweltzerstörung nimmt die Industrie einen Spitzenrang ein. Hier helfen langfristig keine beschwichtigenden Werbekampagnen, sondern hier hilft nur Umdenken und aktives Handeln. Dabei kann auch der Designer mithelfen, Produkte umweltverträglich zu gestalten: Vom sparsamen Einsatz wertvoller Rohstoffe bis zur Vermeidung von Schadstoffen bei Produktion und Entsorgung.

Man spricht heute viel von Corporate Identity, von Corporate Design, von Firmenimage - auf dem Gebiet der Umweltfreundlichkeit gibt es diesbezüglich zukunftsreiche Profilierungsmöglichkeiten!

Kultur im Aufwärtstrend

Nach neuesten Statistiken liegen die Besucherzahlen von Ausstellungen und Museen erstmals über denjenigen von Sportveranstaltungen! Verbunden ist damit auch ein Trend zu höherer Bildung bzw. Fortbildung. Die Zahl der Menschen, die sich in ihrer Freizeit künstlerisch betätigen, nimmt ständig zu. Immer mehr Pensionisten beginnen sogar ein Hochschulstudium. Alles zusammen ergibt ein gehobenes Qualitätsbewußtsein, das sich auch auf die Produktqualität auswirkt. Und hier ist gerade Design in der Lage, wertvolle Beiträge zu liefern: Design als Qualitätsfaktor, Design als Bestandteil unserer kulturellen Identität.

Mehr Individualität und Selbstdarstellung

Unser Leben wird immer mehr von Zwängen bestimmt. Automatisierung, Konkurrenzdruck, Umweltprobleme belasten uns und schränken den persönlichen Freiraum immer mehr ein. Die Folge ist, daß der Drang nach individuellem Ausdruck, nach Selbst-

darstellung immer größer wird. Die Stellung innerhalb sozialer Gruppen wird wichtiger, weil sie dem Einzelnen Sicherheit gibt. Das heißt, daß wir uns in Zukunft noch mehr auf eine hohe Zahl kleiner, zielgruppenspezifischer Märkte einstellen werden müssen.

Design als Chance für Klein- und Mittelbetriebe

Die geschilderten Entwicklungen zeigen deutlich, daß die Bedeutung des Design in den 90er Jahren stark zunehmen wird, weil Design den Charakter eines Produktes immer stärker bestimmt.

Für ein relativ kleines Land wie Österreich bieten sich auf dem Gebiet des Design noch enorme Entwicklungsmöglichkeiten an. Gerade Österreich mit seinen beweglichen Klein- und Mittelbetrieben hat die Chance, durch eine zeitgerechte Marketingpolitik die Nischenstrategie mit Design ideal zu verbinden und damit rasch auf die sich ändernden Marktsituationen zu reagieren.

Das bedeutet aber auch hohe Flexibilität in den Denk- und Entscheidungsprozessen:

- Weg vom produktorientierten Denken, hin zur kundennahen Problemorientierung
- Weg vom quantitativen Wachstum, hin zum qualitativen Wachstum
- Weg von der Einzelkämpfermentalität, hin zu interdisziplinärer Gruppenarbeit

Das erfordert natürlich auch Unternehmer, die nicht nur auf dem Boden der Realität stehen, sondern Unternehmer, die zugleich auch visionär denken können.

Einer von ihnen, nämlich Klaus Jürgen Maak, Geschäftsführer der renommierten Leuchtenfirma ERCO meint: »In den 90er Jahren wird es einen großen Nachfrageschub nach Design geben. Die Pionier-Unternehmen haben in den letzten Jahren gezeigt, daß man mit konsequenten Design-Strategien auf internationalen Märkten wirtschaftliche Erfolge haben kann. Design ist schon heute die Technologie der Umsetzung von Strategien in innovative Produkte für zukünftige Märkte. Für die Industrie der 90er Jahre wird Design zum Prinzip Hoffnung.«