

Design-Tagung-09: Gutes Design ist mehr als eine schöne Form! | 12.11.09 | Kuchl
Praxiskongress für international erfolgreiches Design

Design-Tagung-09: Funktionalität, Ästhetik und Nachhaltigkeit

Unter dem Motto "Gutes Design ist mehr als eine schöne Form" luden das Netzwerk Design & Medien in die Fachhochschule Salzburg am Campus Kuchl zur mittlerweile fünften Design-Tagung. Renommierete Experten und herausragende Unternehmen lieferten spannende und mitunter auch unterhaltsame Beiträge und Produktbeispiele, mit denen aktuelle wirtschaftliche Problemstellungen und die vielfältigen Lösungsmöglichkeiten durch gutes Design veranschaulicht wurden. Wirklich gelungenes Design bestehe nicht im Wesen von Behübschung und Luxus, sondern ergibt sich aus Funktionalität, Ästhetik und Nachhaltigkeit – darin waren sich die Teilnehmer der Fachveranstaltung einig. Vielmehr ist es ein Mittel, um anspruchsvollen Kundenbedürfnissen und zukünftigen ökologischen Anforderungen besser entsprechen zu können. Dabei ist wirtschaftlicher Erfolg zumeist ein Produkt aus unternehmerischen Visionen und harter Arbeit.

"Keep on failing. It works." – meinte James Dyson, als er nach 15 Jahren Forschung und 5.000 Prototypen endlich einen Weg gefunden hatte, um sich bei der Herstellung leistungsfähiger Haushaltsgeräte vom gesamten Wettbewerb abheben zu können. Verschränkung von Technologie und Design ist bei Dyson Philosophie, schilderte Peter Pollak als Geschäftsführer von Dyson Austria, als erster Vortragender bei der Design-Tagung-09 in Kuchl. Als der Pionier noch nicht einmal einen Partner fand, der seine innovativen Staubsauger produzieren wollte, stellte er seine Erfindung selbst her. Auch das andersartige und vielleicht deshalb so attraktive Design wird innerhalb des eigenen Unternehmens entworfen. Die tatsächliche Innovation war freilich primär funktionell bedingt. Mit dem Zyklonsystem erlitt das erste staubbeutellose Gerät auch nach mehreren Jahren keinen Saugkraftverlust. Ebenso beeindruckend der Händetrockner Dyson Airblade, der die Luft mit seinem extrem leistungsstarken Motor mit 640 km/h ventiliert. Essentielle Voraussetzung für den anhaltenden Erfolg des internationalen Unternehmens war es auch, sich seine Erkenntnisse zu sichern und gegen billige Nachahmung zu schützen, betonte der Geschäftsführer von Dyson Austria.

In einem weiteren Beitrag zum Themenblock „Design als Strategie“ gaben Ing. Johann Stickler von der Liebherr-Werk Bischofshofen GmbH und Mag. Christian Kreiner vom Strategic Industrial Design-Department in Linz Einblicke in ihre Zusammenarbeit. "An unserem für Liebherr entworfenen Radlader ist alles am Design funktionsbedingt", erläuterte Kreiner und unterstrich wie wichtig es sei, dass Designer und Techniker dieselbe Sprache sprechen. Beispielsweise musste berücksichtigt werden, dass die Fahrerkabine aus Sicherheitsgründen einem immensen Druck standhält, sollte es wider Erwarten zu einem Unfall kommen. Dabei waren die Grundsätze Nachhaltigkeit und Ergonomie wichtige Vorgaben durch die Liebherr-Werke. Die neue Generation von Baufahrzeugen entspricht den strengen Umweltvorgaben in Form von Emissionsgrenzwerten, zeigt eine enorme technische Leistung und hat ganz besondere ästhetische Standards gesetzt. Das hochfunktionelle und formschöne Ergebnis wurde über Geschmacksmuster geschützt. Im Gegensatz zum Unternehmen Dyson, der seine Produkte selbst designt, zeigten sich die Liebherr-Werke über die Auslagerung der Designdienstleitung recht zufrieden. Auch in finanzieller Hinsicht sei die Kooperation mit dem Linzer Industriedesigner ein Erfolg.

Facetten im Designprozess

"Synästhetisches Design für alle Sinne" – Dr. Michael Haverkamp von der Ford-Werke GmbH in Köln beschäftigt sich in seinen wissenschaftlichen Untersuchungen mit der Kopplung von Reizen, und deren psychologischer Verarbeitung anhand visueller und akustischer Produkaspekte. Dass diese keineswegs ausschließlich individuell sind, veranschaulichte der Experte anhand von unterhaltsamen Publikumsbefragungen und zeigte so das synästhetische Marktpotenzial bei der Produktgestaltung auf. Assoziationen folgen über den Bevölkerungsquerschnitt betrachtet einem gewissen Muster, wobei Simplizität durchaus als geeignetes Mittel gegen die fortschreitende Reizüberflutung eingesetzt werden sollte.

"Mit CATIA barrierefrei im Designprozess"- Ing. Johannes Gradinger von der EDV-Büro Müller GmbH in Wien, DI Daniel Nick von der Daussault Systemes AG aus der Schweiz und Andreas Riedmann von der Otto Bock Healthcare Products GmbH zeigten die vielfältigen Möglichkeiten im Designprozess durch den Einsatz geeigneter Software-Tools auf. Design sei tatsächlich mehr als eine schöne Form. Es komme auch wesentlich auf die Produzierbarkeit und Verkaufbarkeit der entworfenen Produkte an. Um die technische Machbarkeit zu gewährleisten und das Produkt optimal an den Bedürfnissen der Zielgruppe auszurichten, ist es im Designprozess immer wieder notwendig, Veränderungen flexibel vornehmen zu können. Als integrierte Lösung ist die Software von Dassault Systemes in der Lage, den gesamten Ablauf vom Skribbeln zur 2D-Animation, über die Modellierung, Visualisierung, Analyse und allfällige Experimente zu begleiten sowie die Konstruktion und Dokumentation zu unterstützen.

Nachhaltigkeit durch KMU

"Die Verschmelzung von Glas und Eisen bringt hervorragende Oberflächeneigenschaften", wusste Ing. Friedrich Riess von der Firma Riess-KELOmat in Ybbsitz zu berichten. Als Manufaktur für Email-Schilder und -geschirr sowie Druckkochtöpfen hat sich die Firma ihr Auftreten durch ein funktionelles Design verjüngt. Das traditionsreiche Familienunternehmen habe sich in den letzten Jahrhunderten wenig kapitalistisch gezeigt. "Wir sind nicht jedem Trend hinterhergelaufen", betonte Riess. Schließlich habe es trotzdem einer Neupositionierung am Markt bedurft und der Hersteller für Qualitätsgeschirr produzierte auch für Künstler Ausstellungstücke. Man könne mit Fug und Recht behaupten, dass diese völlig entfunktionalisiert wurden, scherzte der Vortragende. Als sich nach mehreren Marktanalysen schließlich zeitgemäße Ästhetikvorstellungen mit der hervorragenden Funktionalität der Produkte vereinbaren ließen, war der Markterfolg prolongiert. Die 450-jährige Firmentradition gebiete außerdem, dass man sich dem Wert der Nachhaltigkeit mehr verpflichtet fühle als rein monetären Interessen. "Die Eier soll man erst dann essen, wann die Henne sie gelegt hat", gab Riess einen prägnanten Ausspruch seines Großvaters zum Besten, welchen das Unternehmen auch in Zukunft beherzigen werde.

Einblicke in die Holzbranche und damit ein besonderes Stärkefeld der kleinstrukturierten Salzburger Wirtschaft gab es im darauffolgenden Themenblock, bei dem erfolgreiche Kooperationsprojekte vorgestellt wurden. So hissten etwa die Firma JOKA-Werke Johann Kapsamer GmbH & CO KG aus Schwanenstadt und die Fachhochschule Salzburg GmbH in Kuchl gemeinsam die Segel. Zustand gekommen ist die Kooperation des bekannten Matratzenherstellers mit der FH Salzburg bei der Design-Tagung des Netzwerkes Design & Medien im Jahr 2007. Zwei Jahre später präsentierten DI Johann Kapsamer (Joka) und Mag. Michael Ebner (FH Salzburg) ihre neue Produktlinie, welche vom FH-Absolventen Timo Nau entwickelt wurde. Die Outdoorliege Vela ist das Ergebnis des Kooperationsprojektes, welches bereits bei internationalen Design- und Interieurmessen bejubelt wurde. "Ähnlich wie beim Unternehmen Riess-Kelomat brauchten wir als traditionsreiches Unternehmen eine Verjüngung unserer Produktlinie", betonte Kapsamer.

Mit den Rednern Barbara Gollackner und Michael Walder vom Designbüro undpartner(punkt)at aus Hallwang sowie Siegfried Scherübl von der Tischlerei Scherübl aus Radstadt traf anschließend Design auf Handwerk. Zunächst wurde die erstaunliche Erfolgsgeschichte des Kooperationsprojektes "Panay – die Badeinsel" präsentiert. Barbara Gollackner bedankte sich nochmals für die Unterstützung im Rahmen der Initiative "Handwerk ist kreativ", ohne die das Projekt möglicherweise nicht zustande gekommen wäre. Auch der 1. Platz beim Salzburger Handwerkspreis habe große Wellen geschlagen und ein weltweites mediales Interesse zur Folge gehabt. "Sollte die Badeinsel auch keine übermäßige Cash-Cow werden, ein perfektes Show-Car ist sie alle Mal", sagte Gollackner. Der handwerkliche Kooperationspartner ist mit 13 Mitarbeitern ein kleines Unternehmen. "Auch wenn kleine Unternehmen in der Regel sehr flexibel aufgestellt sind, ist es abseits des Tagesgeschäftes schwer, ein solches Projekt durchzuziehen", bedankte sich Walder für die erhaltene Unterstützung für sein kreatives Handwerkstück. Nicht weniger funktionell wie die transportierbare Badeinsel gestaltete sich das Weinmöbel der ARGE Holzmeister. Als gemeinsame Initiative von sieben Tischlereien, die über einen WIFI-Kurs den Kontakt hergestellt haben, wurde in Zusammenarbeit mit Prof. (FH) Bernhard Rothbucher von der Fachhochschule Salzburg ein ebenso kreatives Werkstück entworfen. "Die an der Projektarbeit beteiligten Studenten haben uns sehr wichtige Impulse gebracht", schilderte Siegfried Scherübl seine positiven Erfahrungen zur Kooperation.

Im letzten Themenblock erläuterte unter anderem Mag. Dieter Rappold von der Knallgrau Media Solution GmbH in Wien, wie eine gezielte Kundenkommunikation via Internet erfolgen kann. Für eine qualifizierte Zielgruppenansprache ohne Streuverluste sei das Web 2.0 als soziales Netzwerk unentbehrlich. Der Spezialist für Web-Marketing zeigte anhand einiger Zahlenspiele, welche immensen Effekte gezielte und fachlich versierte Einträge im World Wide Web haben können. "Es geht in Zukunft immer darum, Informations-, Identitäts- und Beziehungmanagement zu betreiben", erklärte Rappold, zu dessen Kundenstock auch der Autohersteller BMW zählt. "www bedeutet nicht – wie viele glauben, „weit, weit weg“, pflichtete auch Dr. Alfred Fiedler von der afp werbeagentur gmbH in Linz bei, der auch für ganz kleine Betriebe, wie für die Maßhemdenscheiderin Ing. Gudrun Valentin aus Brunnenthal bei Schärding, gezielte Internetauftritte konzipiert. Wir leben zunehmend in einem Zeitalter der Aufmerksamkeitsökonomie, in der das gegenseitige Netzwerkwirken nicht nur auf die sogenannte reale Welt beschränkt werden könne. Im Gegenteil, durch elektronische Verlinkungen in der sogenannten virtuellen Welt potenziert sich die qualitative Aufmerksamkeit für Unternehmen und deren Produkte und Dienstleistungen in ungeheurem Ausmaß. "Von Massenmarkt zu massenhaften Nischenmärkten", könnte – so Kommunikationsexperte Rappold – das Motto der Zukunft lauten.

Medien-Kontakt:

Mag. Regina Leutgeb, Clusterland Oberösterreich GmbH,
Netzwerk Design & Medien
E-Mail: regina.leutgeb@clusterland.at, Tel.: +43 732 79810-5162