

Design von Investitionsgütern – Design zeigt, was dahinter steckt

Von Prof. Hans-Jürgen Lannoch, Fachhochschule Pforzheim

Investitionsgüter zu gestalten heißt, sich an die Vernunft des Nutzers zu wenden und gleichzeitig tief empfundene und langfristige Wünsche anzusprechen. Design beeinflusst nachhaltig die Beziehung zwischen Mensch und Produkt – bei Investitionsgütern von besonderer Wichtigkeit, weil der Arbeitsplatz des Menschen betroffen ist. Gut gestaltete Produkte werden von den Nutzern gefühlvoller und vorsichtiger behandelt. Das Produktdesign eines Unternehmens sollte einheitlich, unverwechselbar und wieder erkennbar sein. Es muss Teil der Corporate Identity des Unternehmens sein und sich vom Wettbewerb eindeutig unterscheiden. Gutes und besonders zukunftsorientiertes Design zeugt von Innovationskraft und erhöht die Wettbewerbsfähigkeit. Design ist nur ein Teil der Produktentwicklung, nimmt aber eine Schlüsselrolle ein, da es durch Gestaltung alle anderen Aspekte leichter sichtbar und erfahrbar macht.

Prof. Hans-Jürgen Lannoch
lehrt an der Hochschule für Gestaltung der FH Pforzheim Industrial Design.
Er gestaltet überwiegend technisch anspruchsvolle Produkte, unter anderem auch für SEW-EURODRIVE (www.lannoch.de).



Wenn man an Design denkt, fallen einem extravagante Möbel, Alessi-Produkte, Automobile oder Audioanlagen von Bang & Olufsen ein. In Fertigungshallen der Industrie würde man Design weniger vermuten. Und doch, fast überall sieht man dort Maschinen, Bearbeitungszentren, Roboter oder elektronische Geräte, die höchsten Gestaltungsansprüchen genügen. Ganz sicher wurden sie zunächst deshalb ausgewählt, weil sie ihre Funktion optimal erfüllen, und das zu einem konkurrenzfähigen Preis und zu günstigen Bedingungen. Ihr Design ging jedoch auf sehr komplexe Weise auch in die Entscheidungsprozesse ein, die zum Kauf führten. Neben dem direkten „Gefallen“ weist es darauf hin, dass bei der Entwicklung des Produktes alle Aspekte ernst genommen wurden, die ein gutes Produkt und ein leistungsfähiges Unternehmen ausmachen. Deshalb spielt Produktsymbolik bei der Gestaltung von Investitionsgütern eine dominierende Rolle. Sehr verschlüsselt werden durch sie die unterschiedlichsten Produkteigenschaften und gleichzeitig die spezifischen Unternehmensmerkmale, -ziele und -ansprüche im Design zusammengeführt und für die Betrachter erfahrbar gemacht.

Bei Konsumprodukten, die ja oft nur eine kurze Lebensdauer haben, sollen durch Design unter anderem spontane Kaufanreize ausgelöst werden, die Produkte sollen Spaß machen. >>

>> Dabei können modische oder zeitgeistige Merkmale ebenso genutzt werden wie schnell wechselnde gruppenspezifische Trends. Trend-Scouts sind in den Zentren der Welt unterwegs, diese zu entdecken, damit sie möglichst schnell gestalterisch umgesetzt werden können.

Form Follows Function

Das Design von Investitionsgütern muss tiefere und langfristige Wünsche ansprechen, da jede oberflächliche modische Gestaltung die hohen Ansprüche an die Produkte lächerlich machen könnte. Die Designmerkmale müssen sich an die Vernunft wenden und deshalb auch begründbar sein. An oberster Stelle steht hier natürlich die Funktionalität der Produkte, was zu der klassischen Definition von Design geführt hat: Form Follows Function. Wenn ein Produkt seine Funktion optimal erfüllt und alle formalen Merkmale aus dieser Funktionserfüllung abgeleitet sind, dann ist es auch gut gestaltet. Das stimmt besonders für die technisch-physikalischen Eigenschaften der Produkte. Daher rührt auch die hohe formale Qualität vollendeter technischer Konstruktionen oder die Schönheit natürlicher

Formen, die ja einen funktionalen Optimierungsprozess durchlaufen haben und nicht um ihrer Schönheit willen entstanden sind. Die Bionik spielt in diesem Zusammenhang im Design eine bedeutende Rolle. Designer können allerdings die gestalterische Wirkung von Funktionalität noch steigern, indem sie die funktionalen Zusammenhänge für den Betrachter erfahrbar und auf besondere Aspekte visuell aufmerksam machen können.

Betrachter oder Benutzer spielen für den Designer eine ebenso wichtige Rolle wie die technische Funktionalität der Produkte. Er inszeniert durch seine Gestaltung die Beziehung zwischen dem Menschen und dem Produkt, den Gebrauch. Deshalb muss er die körperlichen, mentalen und kulturellen Eigenschaften des Menschen in die Gestaltung einbeziehen. Wissenschaftliche Anthropometrie und Ergonomie helfen, die Hand-

habung und körperliche Benutzung zu erleichtern. Das ist bei Investitionsgütern besonders wichtig, da sie ja oft Arbeitsplätze sind, an denen Menschen viele Stunden verbringen. Gesundheit, Arbeitsklima, aber auch Effizienz können durch ergonomisch richtig gestaltete Produkte deutlich verbessert werden.



Die Interaktion zwischen Benutzer und „intelligentem“ Produkt findet heute zunehmend über Benutzeroberflächen statt, hinter denen sich höchst komplexe elektronische Systeme verbergen. Das Design dieser Interfaces muss sowohl die Vielfalt der Interaktionsmöglichkeiten ausdrücken als auch die konkreten Bedienvorgänge erleichtern. Es werden also nicht nur die Produkte selbst gestaltet, sondern auch die in ihrer Software schlummernde Intelligenz. Da man den mikroelektronisch arbeitenden Produkten ihre ungeheuren Möglichkeiten oft nicht ansieht, man nennt sie ja deshalb auch „black boxes“, kommt dem Design auch die Aufgabe zu, dieses innere Potenzial erfahrbar zu machen. Aus den „Kisten“ werden höchst differenzierte Objekte mit interessant geformten Außenflächen, feinen Einschnitten, die auf ein komplexes Inneres verweisen, und anschaulichen Interaktionsbereichen. Auch eine differenziert gestaltete Farbgebung kann zum Ausdruck bringen, dass es sich nicht nur um belanglose Behälter handelt.

Design nutzt gestalterische Mittel, um diejenigen Bedeutungen sichtbar und erfahrbar zu machen, die in der Tiefe der Produkte liegen. Damit kann die hohe Verarbeitungsqualität innerer Bauteile und die Raffinesse ihres Zusammenspiels visuell nach außen transportiert werden. So wie grobe Bearbeitungsspuren auf plumpe innere Vorgänge schließen lassen, so lassen sensibel gestaltete Oberflächen und intelligente Entformungs- und Montagelösungen ein durchdachtes Inneres vermuten. Design ist ein wesentliches Glied in der Kette, die ja sprichwörtlich nur so stark ist wie ihr schwächstes Glied. Gut gestaltete Produkte werden von den Benutzern auch vorsichtiger, man kann auch sagen gefühlvoller, behandelt. Jeder besitzt oder benutzt Produkte, zu denen er mehr als nur nützliche Beziehungen hat, ob es nun ein alter Füllfederhalter oder ein sehr unvernünftiges Auto ist. Bewusst eingesetzte Gestaltungsmerk-



Die selbsterklärende Gestaltung der Gehäuse und der Benutzeroberflächen erleichtert die Bedienung und weist gleichzeitig auf die durchdachte innere Qualität der Produkte hin.

male können diese emotionalen Beziehungen zwischen dem Menschen und dem Produkt positiv beeinflussen, was auch bei Investitionsgütern eine große Rolle spielt.

Investitionsgüter stehen selten für sich alleine da. In Fertigungshallen, Büros oder Anlagen bilden sie fast immer Ensembles mit anderen Produkten. Oft sind sie auch integraler Bestandteil größerer Systeme. Ihre Gestaltung kann dieser unvorhersehbaren Anordnungsvielfalt dadurch Rechnung tragen, dass die formale Kompatibilität der unterschiedlichsten Produkte und Produktkomponenten möglichst hoch ist. Dies wird auf keinen Fall dadurch erreicht, dass ihr Design möglichst anonym oder ähnlich ist. Eine interessante Gesellschaft besteht ja auch nicht aus möglichst gleichförmigen Typen. Dagegen sollen die einzelnen Produkte möglichst starke gestalterische Eigenständigkeit haben, die sich im Zusammenspiel zu einem interessanten Ganzen verbündet. Gleich hoch müssen sie jedoch in ihrer Designqualität sein, sonst werten die schlechteren die guten ab.

Die Produkte folgen also Designprinzipien und besitzen Designmerkmale, die unverwechselbar und wieder erkennbar sind. Wie oben schon ausgeführt, müssen sie durchdacht und für die jeweiligen Produkte begründbar sein und dürfen auf keinen Fall nur wie aufgesetzte Dekorationen wirken. Auch darf ein Unternehmen nicht nur an die Gestaltung von Einzelprodukten denken, sondern sollte die formale Zusammengehörigkeit von Produktfamilien und der Gesamtheit seiner Produkte anstreben. Man muss am Design der Produkte spüren, aus welchem Hause sie kommen. Dies erhöht natürlich auch die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den anonymen Produkten des Weltmarktes.

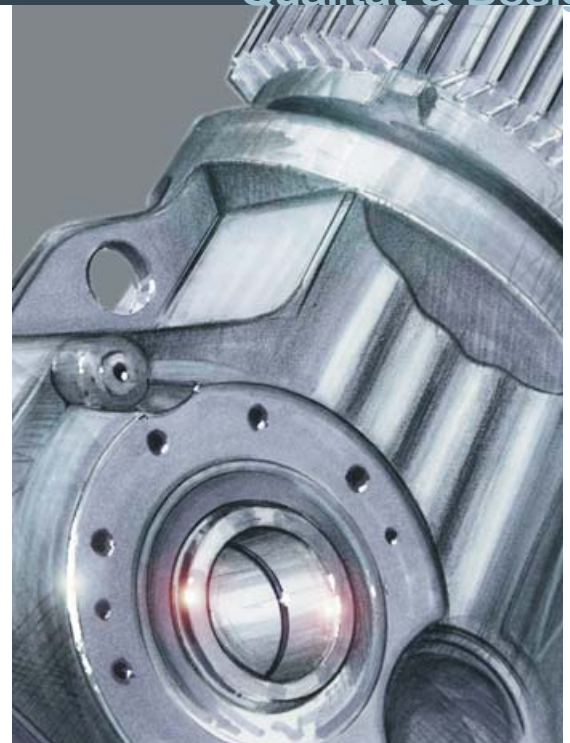
Eigenständiges Design

Eine eigenständige Design-Philosophie drückt in hohem Maße den Anspruch eines Unternehmens auf Führerschaft in seinem Produktbereich aus. Es bestimmt selbst, welche Art von Design der hohen Qualität der eigenen Produkte entspricht. Es kopiert keine Gestaltungen anderer Unternehmen, wird jedoch oft selbst kopiert, was die Anerkennung der Führerschaft ausdrückt. Zukunftsorientiertes Design ist Teil der Innovationskraft eines Unternehmens. Die Geschichte der menschlichen Produktion zeigt, dass technologische und gestalterische Neuerungen immer Hand in Hand gingen. Wenn Archäologen heute die Gebrauchsgegenstände früherer Epochen untersuchen, schließen sie von deren Design auf die Höhe

der jeweiligen Kultur. Auch in heutigen Unternehmen ist anspruchsvolles Design ein wesentlicher Bestandteil deren innerer und äußerer Kultur. Nach innen steigert es die Identifikation der Betriebsangehörigen mit dem Produkt ihrer Arbeit und dem Unternehmen. Man ist stolz darauf, an der Herstellung von Produkten beteiligt zu sein, die höchsten gestalterischen Ansprüchen gerecht werden. Oft verbindet gerade das Design die Menschen, die an den unterschiedlichsten Plätzen zum Erfolg der Produkte und des Unternehmens beitragen.

Nach außen macht gutes Design deutlich, dass dieses Unternehmen geschäftlichen Erfolg mit kulturellem Anspruch verbindet. Dies ist eine langfristige Haltung, die zukunftsorientiertes Denken ausdrückt. Dies wird besonders erfolversprechend, wenn ein Unternehmen alle gestalterischen Bereiche mit dem gleichen hohen Anspruch zu einer klaren Corporate Identity entwickelt. Dazu gehören neben dem Design der Produkte auch die visuellen und textlichen Äußerungen, vom Firmenlogo und dem Informationsmaterial bis zur Darstellung auf Messen und in den Medien.

Design ist im Entwicklungsprozess von Produkten nur ein Aspekt unter vielen anderen. Ihm kommt jedoch eine Schlüsselrolle zu, da es mit gestalterischen Mitteln die vielen anderen sichtbar und erfahrbar machen kann. Design stellt Beziehungen zwischen den inneren Eigenschaften der Produkte, dem Unternehmen und den Menschen her, die in unterschiedlichen Rollen, sei es als Produzenten, Verkäufer, Käufer oder Benutzer, mit den Produkten zu tun haben. Nicht zuletzt kann Design die Freude am Besitz und Gebrauch der Welt der Produkte erhöhen und zu einem sinnvollen Umgang mit ihr beitragen. ■



Die gewellte Oberfläche ist zu einem markanten Designmerkmal des Getriebebaukastens von SEW-EURODRIVE mit hohem Wiedererkennungswert geworden. Funktional dienen die Wellen der besseren Wärmeableitung und der Reduzierung von Schwingungen.

