

Design

„Design ist Kunst, die sich nützlich macht“

„Die zentrale Aufgabe des Designers ist, gestaltend die Technik in die Kultur einzubetten“
Stefan Lengyl

„Durch Design erhalten Produkte einen zusätzlichen Wert, der absatzfördernd wirkt“
Marketingwörterbuch

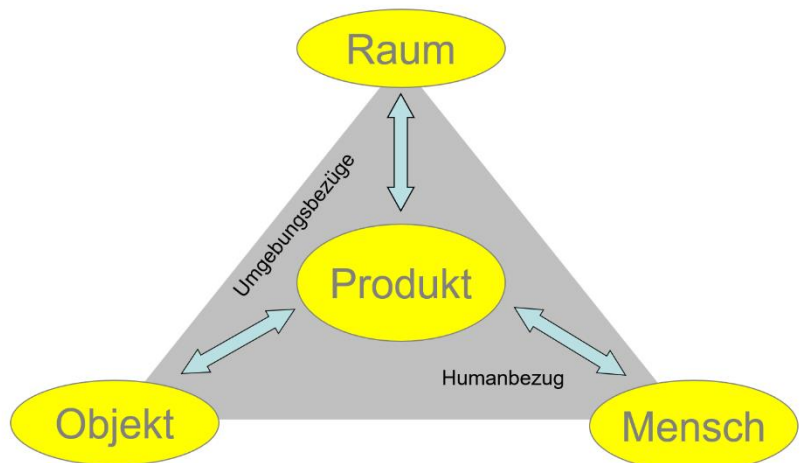
Design oder industrial Design bezeichnet die Gestaltung seriell hergestellter Produkte. Die industrielle Fertigung bedingt die Vorwegnahme von Funktionen, die den Bedürfnissen der Konsumenten oder Benutzer entsprechen.

Dabei kann festgestellt werden, dass fast alle Designobjekte eine dem User zugewandte und an ihn angepasste Seite aufweisen und eine, die sich auf andere Objekte bezieht.

(Fuß – Schuh -Straße), (Hand – Hammer – Nagel)...

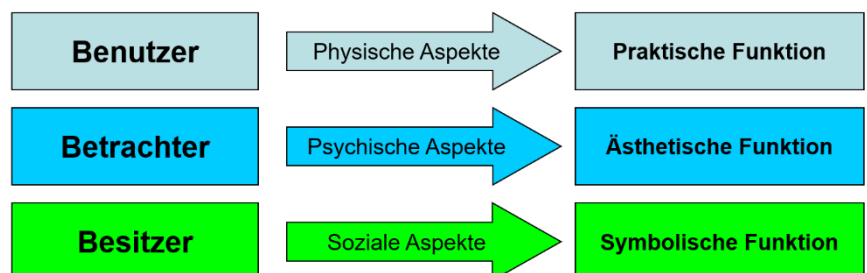


Das Produkt steht in einem Spannungsfeld zwischen Objekt, Raum und Mensch



Der wesentliche Unterschied eines Designobjektes und eines Kunstwerkes besteht in der Funktion, also der Zweckhaftigkeit seiner Gestaltung.

Die **Funktion** lässt sich im Wesentlichen in drei Bereiche auffächern:



Die **praktische Funktion** beinhaltet hauptsächlich physische Aspekt und betrachtet das Produkt unter dem Blickwinkel des Benutzers und Benutzens :

Die Brauchbarkeit beschreibt die Qualität des Produkts in Hinblick auf den eigentlichen Zweck.

Die Handhabung wird auch als Ergonomie bezeichnet. Diese beschreibt die Anpasstheit an die physischen und psychischen Bedingungen des Users.

Sicherheitsfragen gehören genau so zu diesen Kriterien wie Pflege und Instandhaltung, Reparierbarkeit aber vermehrt auch ökologische Aspekte wie Herstellungsbedingungen, Umweltbelastung und Entsorgung.

Praktische Funktion

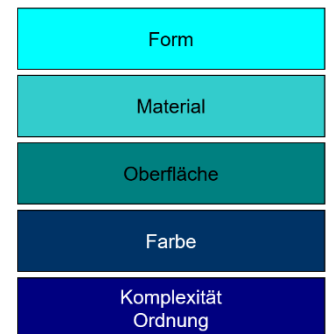


Die **ästhetische Funktion** bezieht sich auf alle Sinne, die bei der Nutzung des Produktes angesprochen werden.

Die optische Erscheinung ist dabei genauso wichtig wie taktile, akustische oder olfaktorische (geruchsbezogene) Faktoren.

Mit Komplexität und Ordnung wird die Anordnung und Verständlichkeit der einzelnen Elemente bewertet.

Ästhetische Funktion



Die **symbolische oder soziale Funktion** beschreibt den kommunikativen Charakter eines Produktes. Welche Informationen oder Signale werden durch den Besitz oder Gebrauch eines Produktes versendet.

Kleidung dient beispielsweise beileibe nicht nur dem Schutz des Körpers vor äußeren Einflüssen. Sie signalisiert auch Gruppenzugehörigkeit, gesellschaftlichen Status oder ideologische Einstellung.

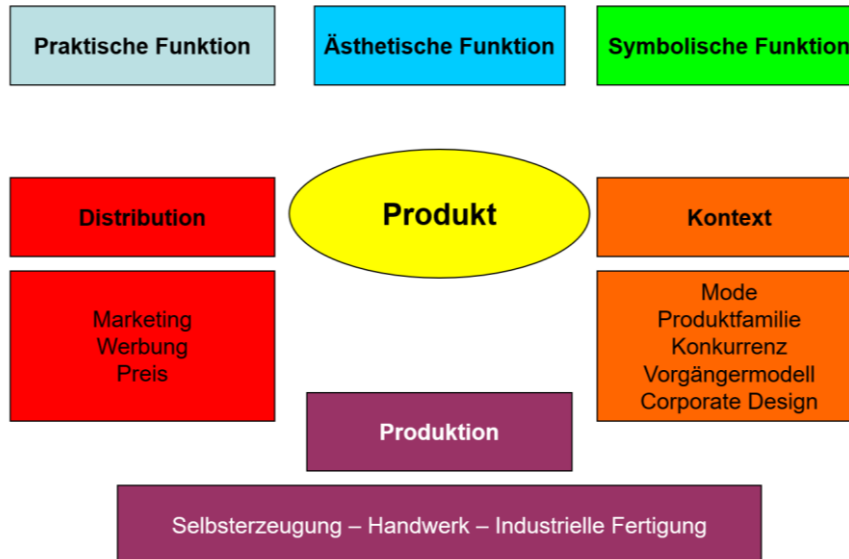
In der Konsumgesellschaft sind die Produkte der Mode unterworfen und sie altern daher auch gestalterisch, weil sie einer bestimmten Zeit zugeordnet werden können.

Durch persönliche Erlebnisse mit einem Produkt kann diese emotional oder subjektiv aufgeladen werden

Symbolische Funktion



Die Gestalt und Erscheinungsform eines Produktes wird noch von weiteren Faktoren geprägt



Distribution meint die Verteilung des Produktes auf dem Markt und schließlich an den Konsumenten. Hier spielt Marketing und Werbung eine große Rolle. Auch die Preisgestaltung ist ein wesentliches Instrument. Dabei kann durchaus auch einmal der Preis besonders hoch angesetzt werden, um dem Produkt Exklusivität zu verleihen und damit Tauglichkeit als Status- oder gar Prestigsymbol.

(Status = ist der gesellschaftliche Rang einer Person, Prestigeobjekte dienen der vermeintlichen Aufwertung des Besitzers)

Jedes Produkt steht mehrfach in einem **Kontext** von anderen Produkten:

Einerseits kann es Teil einer Produktfamilie sein und sollte daher einen hohen Wiedererkennungswert haben, andererseits ist es meist Teil einer Generationenfolge und muss das Vorgängermodell und vermutlich auch das nachfolgende berücksichtigen.

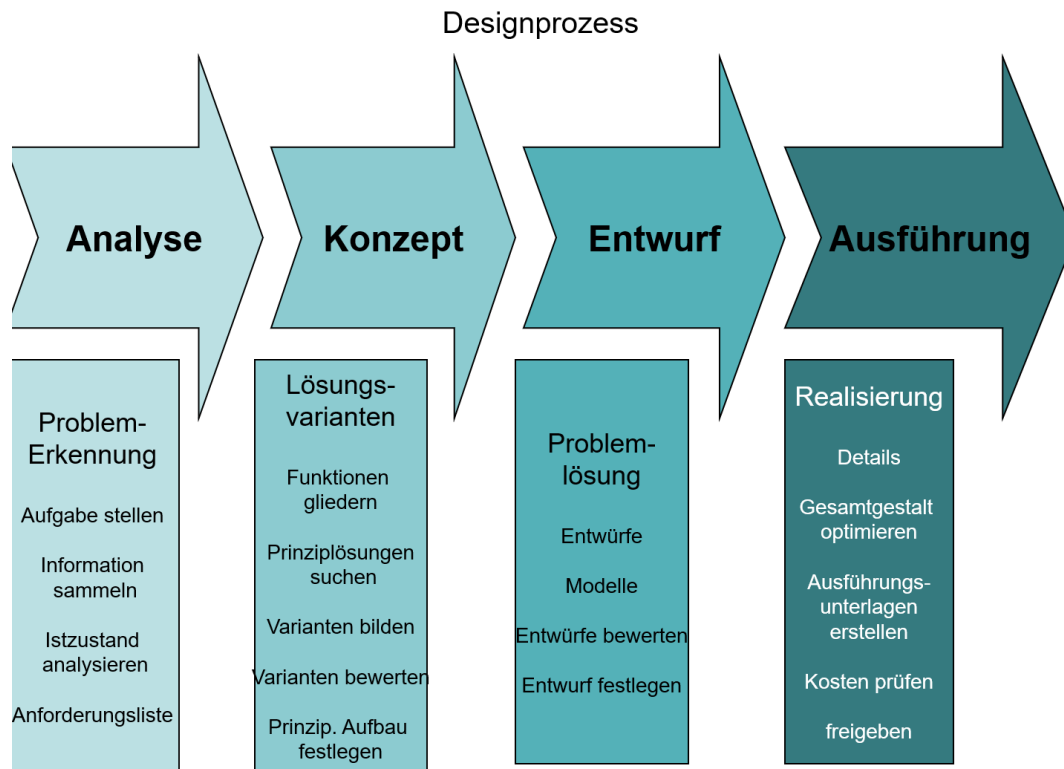
Konkurrenzprodukte prägen die Gestalt mit, meist durch Orientierung an Premiumprodukten.

Allgemeine Modeerscheinungen wie Revivals, Modefarben oder ideologische Trends haben ihren Einfluss auf das Designprodukt.

Corporate Design bezeichnet übergeordnete Gestaltungsprinzipien eines Herstellers, wie Logo, Schrift, Claims, Verpackung, Kommunikationselemente, Erscheinungsbild der Mitarbeiter etc.

Unter Produktionsweise versteht man die Bandbreite zwischen individueller Selbsterstellung und industrieller Massenproduktion für den Markt.

Der Designprozess ist eine komplexe Abfolge von Schritten und Rückkoppelungen, der viele Spezialisten und Personengruppen miteinbezieht.



Das Designschema ist prinzipiell auf alle Designprodukte anwendbar. Die Schwerpunkte und Gewichtung der Kriterien ist allerdings sehr variabel.

Es kann auch zur reflektierten Kaufentscheidung herangezogen werden.

Selbst an so banalen Gegenständen wie Verpackungen können die Designfaktoren analysiert werden:

